

KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM SENI RUPA DAN DESAIN

Kreativitas dan inovasi sangat penting dalam seni rupa dan desain, karena seni rupa dan desain adalah bidang yang selalu berkembang dan selalu memerlukan ide-ide baru untuk menghasilkan karya-karya yang menarik dan relevan dengan zaman. Kreativitas dalam seni rupa dan desain dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan tidak terduga dalam menciptakan karya seni. Dalam seni rupa, kreativitas dapat mencakup penggunaan teknik atau bahan yang baru dan tidak biasa, atau penggabungan elemen-elemen yang tidak lazim, sedangkan dalam desain, kreativitas dapat terlihat dalam pemilihan bentuk, warna, dan tata letak yang unik dan menarik. Sementara itu, inovasi dalam seni rupa dan desain mencakup pengembangan ide-ide kreatif menjadi karya seni atau produk yang dapat diimplementasikan dan dijual di pasaran. Inovasi juga dapat terlihat dalam peningkatan teknologi dan penggunaan teknologi baru untuk menciptakan karya seni atau produk yang lebih baik dan lebih efisien.

ZAHIR
publishing

✉ zahirpublishing@gmail.com
🌐 www.zahirpublishing.net



ZAHIR
publishing

Sari Dewi Kuncoroputri, dkk.

KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM SENI RUPA DAN DESAIN

Editor:
Rosida Tiurma Manurung
Ariesa Pandanwangi



KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM SENI RUPA DAN DESAIN

Sari Dewi Kuncoroputri, dkk.



KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM SENI RUPA DAN DESAIN

Sari Dewi Kuncoroputri; Belinda Sukapura Dewi; Muhamad Ali Rahim;
Kenny Hartanto; Nuning Yanti Damayanti; Aneira Khansa Anindya;
Ira Adriati; Marcella Junior; Ayoeningsih Dyah Woelandhary; Hasdiana;
Ulin Naini; I Wayan Sudana; Isnawati Mohamad; Ayu Octaviany;
Elizabeth Susanti; Jessica Yonatia; Karna Mustaqim; Seriwati Ginting;
Monica Hartanti; Yosepin Sri Ningsih; Wenny Anggraini Natalia Heddy
Heryadi; Hendra Setiawan; Adisti Ananda Yusuff; Daffa Farras Dienputra;
Wishfa Hafshah Al-Fakhurozi; Gilang Cempaka; Benedicta Petrina Santoso;
Ratna Endah Santoso; Yoga Aditama; Yunita Setyoningrum; Asti Nenasania;
Tessa Eka Darmayanti; Sekar Ayu Kuncoroputri; Ariesa Pandanwangi;
Wawan Suryana; Tri Wahyudi; Adisti Ananda Yusuff; Adelline Octa Viani;
Atridia Wilastrina

Editor:
Rosida Tiurma Manurung
Ariesa Pandanwangi



KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM SENI RUPA DAN DESAIN

Penulis

Sari Dewi Kuncoroputri; Belinda Sukapura Dewi; Muhamad Ali Rahim; Kenny Hartanto; Nuning Yanti Damayanti; Aneira Khansa Anindya; Ira Adriati; Marcella Junior; Ayoeningsih Dyah Woelandhary; Hasdiana; Ulin Naini; I Wayan Sudana; Isnawati Mohamad; Ayu Octaviany; Elizabeth Susanti; Jessica Yonatia; Karna Mustaqim; Seriwati Ginting; Monica Hartanti; Yosepin Sri Ningsih; Wenny Anggraini Natalia Heddy Heryadi; Hendra Setiawan; Adisti Ananda Yusuff; Daffa Farras Dienputra; Wishfa Hafshah Al-Fakhurozi; Gilang Cempaka; Benedicta Petrina Santoso; Ratna Endah Santoso; Yoga Aditama; Yunita Setyoningrum; Asti Nenasania; Tessa Eka Darmayanti; Sekar Ayu Kuncoroputri; Ariesa Pandanwangi; Wawan Suryana; Tri Wahyudi; Adisti Ananda Yusuff; Adelline Octa Viani; Atridia Wilastrina

Editor:

Rosida Tiurma Manurung
Ariesa Pandanwangi

Tata Letak

Ulfa

Desain Sampul

Indy

15.5 x 23 cm, vi + 239 hlm.

Cetakan I, Mei 2023

ISBN: 978-623-466-265-8

Diterbitkan oleh:

ZAHIR PUBLISHING

Kadisoka RT. 05 RW. 02, Purwomartani,

Kalasan, Sleman, Yogyakarta 55571

e-mail : zahirpublishing@gmail.com

Anggota IKAPI D.I. Yogyakarta

No. 132/DIY/2020

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Bapak dan Ibu yang budiman,

Syukur kepada Tuhan, bunga rampai “Kreativitas dan Inovasi dalam Seni Rupa dan Desain” telah terbit dan siap didistribusikan kepada masyarakat. Kita sebagai penulis telah dianugerahi kemampuan oleh Tuhan Yang Maha Esa untuk menuliskan gagasan, hasil penelitian, konsep, dan pemikiran yang orisinal untuk mengembangkan keilmuan dan dapat diaplikasikan oleh masyarakat untuk menyelesaikan permasalahan. Kehadiran bunga rampai ini diharapkan dapat menginspirasi serta dapat memotivasi masyarakat untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi terutama dalam bidang seni rupa dan desain. Semoga keberadaan bunga rampai ini bermanfaat dan dapat mencerahkan wawasan kita tentang karya baru, pemikiran baru, ide, gagasan, karakter karya yang baru, dan media seni yang terus muncul seiring dengan perkembangan zaman dan tuntutan masyarakat. Akhir kata, saya tutup dengan pesan “semoga kreativitas dan inovasi dalam seni rupa dan desain dapat membantu menciptakan karya seni atau produk yang lebih menarik, relevan, dan dapat diapresiasi oleh masyarakat”

Sekian dan terima kasih.

Bandung, 19 Mei 2023
Koordinator,

Dr. Dra. Rosida Tiurma Manurung, M.Hum.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
<i>HANDPHONE</i> SEBAGAI SUMBER INSPIRASI DALAM KEKARYAAN POST-STILL LIFE Sari Dewi Kuncoroputri, Belinda Sukapura Dewi, Muhamad Ali Rahim.....	1
KEBAYA ENCIM DAHULU DAN KINI: PROSES AKULTURASI BUDAYA PERANAKAN TIONGHOA DI INDONESIA Kenny Hartanto, Nuning Yanti Damayanti.....	9
STUDI DESKRIPSI PATRIARKI TERHADAP PRAKTIK FEMINISME (<i>JAKARTA ART WEEK 2019 BERTAJUK PEREMPUAN BICARA SENI</i>) ¹ Aneira Khansa Anindya dan Ira Adriati.....	21
PERANCANGAN BUKU SAKU " <i>YUK NAIK GUNUNG- PANDUAN DASAR MENDAKI GUNUNG</i> " OLEH ASOSIASI OLAHRAGA PENDAKIAN GUNUNG INDONESIA (AOPGI) Marcella Junior, Ayoeningsih Dyah Woelandhary.....	41
DIVERSIFIKASI PRODUK TEKSTI KARAWO MELALUI <i>SURFACE DESIGN</i> DENGAN MENERAPKAN VARIASI TEKNIK SULAM DASAR Hasdiana, Ulin Naini.....	59
KREATIVITAS DAN INOVASI PADA SENI KRIYA I Wayan Sudana, Isnawati Mohamad.....	77
MEDIA PROMOSI UNTUK MENGGANGKAT PRODUK KERAJINAN LOKAL INDONESIA Ayu Octaviany, Elizabeth Susanti, Jessica Yonatia.....	91
MEWASPADAI GEJALA SAINTISME INDUSTRI KREATIF DALAM PEMBELAJARAN DAN PRAKTIK SENIRUPA Karna Mustaqim,.....	107

MENGURANGI LIMBAH, MENINGKATKAN KETERAMPILAN, MENAMBAH PENDAPATAN MELALUI KREASI <i>FASHION</i> <i>UPCYLING</i> Seriwati Ginting, Monica Hartanti, Yosepin Sri Ningsih, Wenny Angraini Natalia Heddy Heryadi, Hendra Setiawan.....	121
MODERNISASI PENGEMBANGAN PRODUK ROTAN TEGALWANGI CIREBON DENGAN NILAI ESTETIKA Adisti Ananda Yusuff , Daffa Farras Dienputra	137
PERANCANGAN VISUAL MEDIA PROMOSI SANGGAR TARI SVADARA UNTUK EVENT PAGELARAN TARI “BLANDONGAN” Wishfa Hafshah Al-Fakhurozi, Gilang Cempaka.....	147
KANTONG PLASTIK BEKAS SEBAGAI MATERIAL DALAM PAKAN PADA TENUN Benedicta Petrina Santoso, Ratna Endah Santoso,	167
KAJIAN ADAPTIVE REUSE PADA BANGUNAN GUDANG SELATAN BANDUNG Yoga Aditama, Yunita Setyoningrum	177
KREATIVITAS PENERAPAN TREN <i>KOREAN WAVE</i> TERHADAP INTERIOR KAFE DI BANDUNG PADA ERA NEW NORMAL: CHINGU CAFÉ Asti Nenasania, Tessa Eka Darmayanti.....	187
VISUALISASI HUMAN EMOTION Sekar Ayu Kuncoroputri, Wawan Suryana	201
SENI INSTALASI “DOGLA” PADA INDOFAIR TAHUN 2018 SIMBOL KOLABORASI BUDAYA INDONESIA DAN SURINAME Tri Wahyudi, Adisti Ananda Yusuff	211
PENERAPAN RAGAM HIAS JAWA BARAT PADA RESTORAN RIUNG SUNDA Adelline Octa Viani, Atridia Wilastrina.....	227

HANDPHONE SEBAGAI SUMBER INSPIRASI DALAM KEKARYAAN *POST-STILL LIFE*

Sari Dewi Kuncoroputri¹⁾, Belinda Sukapura Dewi²⁾,
Muhamad Ali Rahim³⁾

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha
Alamat korespondensi : saridewi.kp1111@gmail.com

PENDAHULUAN

Sebelum teknologi berkembang secepat sekarang, masih banyak cara yang belum praktis untuk mengerjakan sebuah pekerjaan atau mendapatkan sesuatu di masa lalu. Jika ingin berkomunikasi dengan orang lain yang tinggal jauh atau di lokasi lain, misalnya, diperlukan telepon rumah (yang tentu saja memerlukan sumber daya atau kabel listrik yang membuatnya tidak bisa dibawa kemana-mana) atau bilik telepon/warung telepon (yang memerlukan waktu dan tenaga, asalkan ada kemauan untuk pergi ke bilik telepon). Selain itu, tenaga dan waktu juga dikerahkan untuk pergi ke pasar demi membeli bahan makanan atau ke warung atau rumah makan terdekat untuk membeli makanan dan minuman yang sudah siap saji untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, salah satunya adalah kebutuhan pangan berupa makanan dan minuman. Dalam hal surat-menyurat, dibutuhkan waktu untuk menulis dan mengirimkan surat kepada orang yang dituju melalui kantor pos sebagai perantaranya. Bergantung pada situasi dan kondisi pengirim surat, cepat atau lambat penerima akan menerima surat tersebut. Untuk mencari informasi yang diperlukan meski hanya sekadar untuk menambah wawasan, waktu dan tenaga dikerahkan untuk mencarinya di tempat-tempat terkait seperti perpustakaan. Tentu saja, "pemandu" diperlukan untuk perjalanan menuju tujuan. Akan tetapi, yang dimiliki adalah peta berupa kertas atau buku atlas sebagai petunjuk untuk mencari lokasi atau mencari jalan alternatif untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan (seperti kemacetan atau hal-hal lainnya).

Berdasarkan penjelasan di atas, agar penggunaan waktu dan tenaga dapat lebih efisien, teknologi adalah solusi hemat waktu dan tenaga. Kemajuannya yang pesat, baik disadari maupun tidak disadari, mulai dirasakan oleh masyarakat zaman kini, sehingga mendapat julukan sebagai masyarakat yang melek teknologi atau masyarakat informasi. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan teknologi tentu tidak dapat dihindari lagi, sehingga mempengaruhi gaya hidup masyarakat zaman kini (Jamun, 2018). Gawai elektronik digital yang secara fisik portabel, seperti *handphone*, laptop, tablet, dan perangkat seluler lainnya, adalah salah satu dari sekian banyak kemajuan teknologi yang terjadi saat ini. Menurut (Romadhoni, 2019), perangkat digital ini (di antaranya adalah *handphone* atau *smartphone*) memuat atau menyediakan banyak aplikasi, fitur, dan sejumlah besar informasi, menjadikannya benda yang paling penting dalam kehidupan sehari-hari generasi sekarang.

Menurut (Widyasuti et al., 2017), salah satu gawai elektronik tercanggih yang ada saat ini, yaitu *smartphone*, tersedia dalam berbagai model atau seri. Karena banyaknya aplikasi yang tersedia, hampir semua orang, termasuk orang tua, anak-anak, dan remaja, bergantung sepenuhnya pada *handphone* atau *smartphone* (Tahir et al., 2022). Aplikasi yang menawarkan berbagai layanan, termasuk melayani kebutuhan masyarakat akan makanan dan minuman, merupakan salah satu cara untuk mendukung kehidupan masyarakat yang mampu dilakukan oleh *handphone*. Berdasarkan penjelasan ini, dampak yang menguntungkan inilah yang menjadi inspirasi perupa untuk divisualisasikan ke dalam karya seni dua dimensi (2D). Terkait adanya keterbatasan imajinasi saat berkreasi, perupa membutuhkan contoh-contoh komposisi yang nyata atau konkret, sehingga perupa memilih gaya *still-life*, akan tetapi, kelemahan dari teknik ini tentu saja memungkinkan terjadinya perubahan susunan benda yang telah tertata baik secara sengaja maupun tidak sengaja dan akan mengganggu atau menghambat pergerakan atau aktivitas orang lain. Agar komposisi tersebut dapat dieksekusi di mana saja, kapan saja, dan dalam berbagai situasi dan keadaan, perupa memilih untuk mengabadikannya atau mendokumentasikannya. Teknik ini

dikenal sebagai teknik *copy of copy*, melibatkan penyalinan dari salinan yang sudah ada. Karya seni *still life* jenis ini disebut sebagai karya *still life* baru atau *post-still life* karena berbeda dengan karya seni *still life* sebelumnya atau biasanya atau dari masa lalu. Berbeda dengan lukisan *still life* di masa lalu, yang terus mengikuti aturan atau pakem-pakem lampau, lukisan *post-still life* ini merupakan bentuk atau format baru dari *still life*. Tujuan dari kekaryaannya *post-still life* ini adalah untuk menciptakan format atau bentuk baru dari *still life* sekaligus mengomunikasikan ide atau gagasan seniman melalui karya *post-still life*.

Penelitian atau studi tentang “Kajian Lukisan *Still Life* Jelekong” yang dilakukan oleh Dewi dan Rahim, yang menganalisis lukisan *still life* ciri khas Jelekong, merupakan salah satu dari beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan *still life* (Dewi & Rahim, 2018). Dewi dan Rahim menggunakan Teori Feldman untuk menganalisis lukisan *still life* buah dan bunga sebagai bagian dari studi atau penelitian mereka. Mereka meneliti proses kreatif masyarakat Jelekong terkait lukisan *still life* dari awal sampai akhir. Penelitian “Melihat Makna Spiritual Lukisan Nanang M. Yus” yang dilakukan oleh Hajriansyah menjadi bahan kajian kedua yang juga mencakup topik *still life*. Studi ini mempelajari *still life* sebagai lukisan alam benda dan menjadi dasar pembelajaran lukis bagi pelukis amatir atau pemula (Hajriansyah, 2022). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putra & Ramadhan dengan topik “Surga Kuliner Pedas ! (Studi Kasus Perancangan Buku Kuliner Negeri Lombok)”, *still life* adalah susunan *benda mati* menjadi komposisi yang menarik sebelum dilukis (Putra & Ramadhan, 2021). Baik persamaan maupun perbedaan dapat ditemukan pada penelitian-penelitian tersebut di atas. Kesamaannya adalah bahwa ketiganya membahas apa itu *still life*, sedangkan perbedaannya adalah penjelasannya yang beragam terkait *still life*. Dari kajian-kajian tersebut, perupa mencoba untuk membuat kebaruan dalam seni lukis *still life* agar perupa bisa terbebas dari keharusan untuk melihat secara langsung komposisi benda-benda yang sudah dibuat. Kekaryaannya *still life* baru atau *post-still life* yang sedang dipraktekkan tidak melihat langsung komposisi objek

yang sudah disusun sedemikian rupa, melainkan menyalin dari foto komposisi tersebut atau dengan kata lain perupa mencoba menampilkan realitas yang berbeda-beda dalam satu *frame* karya, seperti realitas pertama (komposisi benda *real* atau yang dilihat langsung), realitas kedua (komposisi yang sudah difoto menjadi sebuah gambar atau foto), dan realitas ketiga (hasil salinan dari foto ke atas kanvas atau bidang datar). Penjelasan ini menunjukkan bahwa kebaruan dalam *still life* yang dimaksud adalah menampilkan tiga realitas sekaligus dalam satu karya dua dimensi (2D).

PEMBAHASAN

Berdasarkan penjelasan dari pendahuluan di atas, perupa akan membahas proses berkarya yang dilakukan sebagai berikut.



Gambar 1 "Santai" karya Sari Dewi Kuncoroputri. 2023. Cat minyak di atas kanvas. 135 cm x 100 cm.
(Sumber : Tim Peneliti, 2023)

Proses karya lukis *post-still life* yang berjudul, "Santai" ini bermula pada saat perupa sedang ingin bersantai pada jam makan siang. Setelah memesan mie instan (karena perupa ingin memakan makanan yang sederhana tetapi mengenyangkan), perupa pergi ke tempat santai dan membeli es krim di sana karena cuaca sangat panas. Dari kejadian inilah, muncul inspirasi untuk berkarya. Perupa menata benda-benda makan siang tersebut (termasuk meletakkan *handphone* dengan layar yang menampilkan makanan yang dipesan)

dan mendokumentasikannya sebelum eksekusi. Penataan benda-benda ini termasuk realitas pertama.

Setelah foto siap (realitas kedua karena memindahkan dari komposisi yang bisa dilihat langsung ke foto), perupa mengeksekusinya di atas kanvas (realitas ketiga karena menyalin dari foto). Objek-objek yang dilukis adalah sebuah meja dengan mie instan di kiri kanvas dengan sumpitnya yang dalam keadaan menjepit mie diletakkan di atas bibir wadah mie instan, sebuah es krim yang menggunakan gelas tinggi di tengah kanvas dengan posisi agak ke belakang, sebuah *handphone* dengan layarnya yang menampilkan makanan yang dipesan dengan posisi yang hampir sama dengan mie instan, dan *background* dengan pagar balkon, papan nama tempat santai, pohon di kiri dan kanan, dan gedung yang hanya terlihat sedikit. Komposisi warna yang paling mendominasi karya adalah warna dengan nuansa keabuan dan merah, sehingga perupa menyebarkannya ke berbagai bagian kanvas agar komposisinya seimbang dan tidak jomplang. Perpaduan warna panas dan dingin juga disebar secara merata untuk menyeimbangkan komposisinya. Sentuhan akhir juga diperlukan untuk objek-objek yang menempati posisi utama agar lebih menonjol dari objek-objek di sekitarnya.



Gambar 2 "Suplai Kuliah" karya Sari Dewi Kuncoroputri. 2023. Cat Minyak di atas kanvas. 135 cm x 100 cm.
(Sumber : Tim Peneliti, 2023)

Sebelum berkarya lukisan bertajuk, "Suplai Kuliah", perupa meluangkan waktu untuk merenung sambil menjalani kuliah. Pada masa-masa itu, pada saat menempuh pendidikan, perupa sering mengonsumsi sushi (karena nasi dan lauknya dibuat menarik dan mudah untuk dimakan dalam sekali suap) dan meminum kopi agar tidak mengantuk. Kejadian inilah yang menjadi inspirasi perupa untuk berkarya. Perupa menata apa yang bagi perupa menjadi suplai bagi masa-masa kuliah perupa menjadi sebuah komposisi untuk dilukis (realitas pertama). Setelah komposisi sesuai dengan yang diinginkan, proses pengabdian komposisi dilakukan dengan berbagai sudut pandang sebelum melakukan sortir foto (realitas kedua). Setelah memilih foto yang diinginkan, perupa mengeksekusinya ke atas kanvas (realitas ketiga karena menyalin dari hasil salinan).

Lukisan ini memvisualisasikan sebuah meja (sebagai *background*) dengan benda-benda di atasnya seperti empat lembar tissue, sepiring sushi dengan lima potong sushi, saus, dan *topping* di atasnya, tiga potong sushi dengan *topping* yang disebar dan sepiring kecil kecap di atas selembar tissue, sepiring kecil saus di dekat piring sushi, sebuah *handphone* dengan layarnya yang menampilkan makanan yang dipesan, dan secangkir kopi di atas selembar tissue. Penataan objek dilakukan dengan komposisi menyebar untuk mengisi kekosongan ruang. Posisi sushi beserta dengan *topping* dan saus serta *handphone* diletakkan di paling depan karena sushi adalah menu utama suplai kuliah perupa dan karena perupa ingin menampilkan peran *handphone* yang bisa "mengantarkan makanan" kepada perupa. Kopi diletakkan paling belakang karena merupakan menu sampingan suplai kuliah perupa. Warna-warna yang mendominasi adalah nuansa terang, sehingga perupa menyebarnya ke hampir seluruh bagian kanvas untuk menyeimbangkan komposisinya. Selain itu, nuansa merah yang juga mendominasi karya disebar atau diterapkan ke beberapa objek agar komposisinya tidak pincang sebelah. Warna-warna panas dan warna-warna dingin perupa seimbangkan saat sedang berkarya. *Finishing touch*, sebagai langkah terakhir berkarya, juga diterapkan

ke benda-benda yang menempati posisi utama agar bisa lebih menonjol dari benda-benda di sekitarnya.

PENUTUP

Salah satu kemajuan teknologi yang telah membuat kehidupan menjadi lebih mudah bagi umat manusia adalah *handphone*. Karena berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh *handphone* ini, setiap pengguna merasakan dampak yang baik dari penggunaannya, salah satunya adalah mempermudah perupa untuk mendapatkan makanan dan minuman yang dibutuhkan. *Handphone* ini, yang seolah memiliki kemampuan untuk mendekatkan benda-benda yang jauh ke penggunanya, divisualisasikan sebagai lukisan 2D *post-still life* dengan media cat minyak di atas kanvas. Perupa dapat menghadirkan format baru *still life* dengan karya ini. Dalam karya seni ini, perupa menggambarkan atau menghadirkan *handphone* sebagai benda hidup atau makhluk silikon. Ini kontras dengan sebagian besar lukisan *still life*, yang hanya mencakup benda-benda mati saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, B. S., & Rahim, M. A. (2018). Kajian Lukisan Still Life Jelekong. *Jurnal Seni Rupa*, 6(1). <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/atrat/article/view/574>
- Hajriansyah, H. (2022). Melihat Makna Spiritual Lukisan Nanang M. Yus. *Pelataran Seni*, 7(1), 6–7. <https://doi.org/10.20527/jps.v7i1.13389>
- Jamun, Y. M. (2018). Dampak Teknologi terhadap Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 10(1), 48.
- Putra, S. J., & Ramadhan, I. (2021). Surga Kuliner Pedas! (Studi Kasus Perancangan Buku Kuliner Negeri Lombok). *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 9(2), 247. <https://doi.org/10.34010/visualita.v9i2.3518>
- Romadhoni, B. A. (2019). Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi. *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1), 15. <https://doi.org/10.34001/an.v10i1.741>

Tahir, N., Efendy, R., & Herawaty, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Handphone terhadap Minat Siswa dalam Belajar Matematika di UPTD SMP Negeri 1 Barru. *Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika*, 13(2), 9–11.

Widyasuti, M., Wanto, A., Hartama, D., & Purwanto, E. (2017). Rekomendasi Penjualan Aksesoris Handphone Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Konferensi Nasional Teknologi Informasi dan Komputer*, 1(1), 27.

PROFIL SINGKAT



Sari Dewi Kuncoroputri lahir di Bandung pada tanggal 11 November 2000. Tinggal di Kabupaten Bandung Barat. Lulus meski tidak menerima penghargaan atau berprestasi dari SDK BPK PENABUR Cimahi hingga SMPK BPK PENABUR Cimahi. Karena pantang menyerah dan terus bekerja keras, akhirnya mampu berhasil lulus dengan prestasi yang sangat baik serta menerima penghargaan dari SMAK 3 BPK PENABUR Bandung. Saat ini sedang menekuni bidang seni rupa di Universitas Kristen Maranatha, Fakultas Seni Rupa dan Desain. Selama perkuliahan, kegiatan-kegiatan yang dilakukan sangat banyak. Aktif mengikuti pameran-pameran serta lomba-lomba baik tingkat nasional ataupun international. Tahun 2021 mengikuti ASEDAS yang diikuti oleh 60 negara, tahun 2015 masuk 20 besar dalam kompetisi yang diadakan Kisah Wastra, juga sangat aktif mengikuti pameran yang diadakan oleh forum perupa Jabar, dan yang terakhir adalah forum Spice Route sebagai seorang pembicara nasional dan seniman. Pada tahun 2022, pernah menjadi salah satu dari 47 finalis UOB Painting of the Year dengan karyanya yang berjudul, "All in One". Saat ini aktif latihan *digital art* dengan menekankan anatomi, yaitu untuk *Original Character*.

KEBAYA ENCIM DAHULU DAN KINI: PROSES AKULTURASI BUDAYA PERANAKAN TIONGHOA DI INDONESIA

Kenny Hartanto
kennykristianus97@gmail.com
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung
Nuning Yanti Damayanti
nydamayanti10@gmail.com
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung

PENDAHULUAN

Kebaya merupakan salah satu warisan budaya seni kriya berbetuk busana yang menjadi identitas perempuan di Indonesia. Sejarah perkembangannya bisa dilacak sejak abad ke-15, nama kebaya ditujukan untuk pakaian atasan dengan perpaduan kain batik sebagai bawahan atau disebut 'jarit' yang digunakan oleh perempuan-perempuan di pulau Jawa. Sekitar tahun 1940 ketika masa kepemimpinan Ir. Soekarno, kebaya dijadikan sebagai busana nasional. Hal ini merupakan dampak dari budaya barat yang semakin merebak kala itu, dan membangkitkan semangat untuk menggali serta menemukan identitas budaya Indonesia hingga muncul "polemik kebudayaan" (Prihatina, 2009). Selain penetapan oleh Ir. Soekarno, di masa setelahnya, juga didukung dengan penggunaan kebaya oleh Ibu Negara. Perannya yang masuk sebagai Negerawan, Ibu Negara memiliki kemampuan untuk mempersuasi, memotivasi dan komunikatif membuat Ia menjadi contoh atau teladan sebagai Negara Indonesia (Suciati, 2016).

Sebelum penetapan oleh Ir. Soekarno, lebih spesifik semasa pergerakan awal abad ke-20, kebaya sebenarnya telah menjadi identitas busana perempuan di Indonesia dan telah mengalami perubahan-perubahan sebagai bentuk penyesuaian terhadap arus budaya luar yang masuk ke Indonesia. Masa pendudukan Belanda di Indonesia, karena faktor kondisi geografis dan sosial budaya,

membuat para perempuan Belanda atau pendatang dari Eropa selain Belanda yang datang perlu beradaptasi dengan busana yang pantas dan nyaman dengan kondisi iklim yang ada di Indonesia. Pada masa itu, kebaya-kebaya yang digunakan oleh perempuan Belanda dan Eropa disebut sebagai 'kebaya nyonya'. Kebaya yang digunakan oleh para nyonya dari kalangan atas ini (lokal atau Belanda), kemudian dipopulerkan oleh para perempuan Tionghoa pada sekitar tahun 1900-an, sehingga muncul istilah kebaya encim. (Fitria, 2019).

Seiring perkembangan jaman, perubahan situasi sosial dan politik di Indonesia, mempengaruhi pada perubahan nilai dan paradigma akan karya seni, khususnya kebaya sebagai bentuk dari seni kriya (fesyen). Keterbukaan dan kebebasan untuk berekspresi menjadi dorongan bagi para desainer untuk mengeksplorasi bentuk-bentuk kebaya yang mengikuti perkembangan masa kini (modern). Selain itu dari tata cara pemakaian serta padanan untuk menyambungkan kebaya menjadi lebih luas, contohnya seperti sudah tidak wajibnya penggunaan kain panjang sebagai teman kebaya dalam berbusana. Hal ini juga berdampak pada kebaya encim. Berawal dari kemunculannya kebaya encim yang berasal dari hasil penyesuaian dari kebaya nyonya; kemudian melihat perkembangan kebaya encim hingga kini yang lebih eksploratif karena kebebasan berpikir kreatif, diperlukan pembagian yang jelas menurut garis sejarah perkembangan kebaya encim di Indonesia sebagai identitas perempuan peranakan Tionghoa yang tinggal di Indonesia.

Sejarah Kebaya Encim di Indonesia

Asal usul istilah kebaya hadir dalam beberapa bahasa antara lain Arab dan Portugis. Menurut Denys Lombard dalam bukunya *Nusa Jawa : Silang Budaya* (1996), kebaya berasal dari bahasa Arab yang berarti pakaian. Pendapat lain menyatakan istilah kebaya muncul sebagai sebutan dari bangsa portugis untuk menunjuk pakaian atasan yang dikenakan oleh perempuan Indonesia ketika abad ke-15 dan 16 masehi. Pada dasarnya kebaya adalah pakaian blouse

yang dikenakan oleh wanita Indonesia dari bahan yang tipis dengan paduan menggunakan sarung atau kain batik. (Wirawan, 2022).

Ketika masa kolonialisme Belanda di Indonesia, kebaya menjadi pakaian resmi perempuan Belanda. Hal ini dikarenakan para pendatang dari Belanda dan Eropa perlu menyesuaikan pakaian yang digunakan agar nyaman digunakan pada iklim yang ada di Indonesia. Pada masa awalnya, kebaya resmi perempuan Belanda menggunakan bahan tenunan mori, kemudian berkembang menggunakan sutera (Pentasari, 2007). Kebaya nyonya memiliki bentuk khas yaitu sebuah blus yang melancip dari bagian pinggang menuju paha, dengan bentuk yang cukup landai pada bagian belakangnya. Kerah blus ini berbentuk menyerupai huruf V dan renda-renda yang menghiasi bagian pinggir. Kebaya ini biasanya dipadukan dengan sarung dan kasut dengan manik-manik yang biasa disebut 'kasut manek'. Istilah yang pada saat itu digunakan untuk menunjuk busana kebaya hasil adaptasi dari pendatang Belanda adalah 'kebaya nyonya'(Fitria, 2019). Sebutan nyonya disematkan karena penggunaannya adalah para perempuan yang telah bersuami dan berumur. Kemudian, istilah nyonya berganti menjadi encim yang tepatnya pada awal abad ke-19, Ketika kebaya mulai populer dan digunakan oleh salah satunya kalangan perempuan peranakan Tionghoa. Kata-kata encim mengacu pada perempuan keturunan yang telah menikah (Gumulya, 2017).



Gambar (1). Kebaya Nyonya, Kebaya Khas Perempuan Belanda di Indonesia. (Sumber : <https://inspirasi pagi.id/ragam-kebaya-di-indonesia/>)

Menurut Diah Wara, (Wirawan, 2022). sebutan encim pada kebaya berasal dari bahasa Hok-kian yang berarti bibi. Tidak hanya nama, dari segi bentuk pun kebaya encim memiliki perbedaan dari kebaya nyonya. Kebaya nyonya pada umumnya menggunakan warna netral putih, berbeda dengan kebaya encim yang menggunakan warna-warna lebih cerah seperti merah, kuning, biru, hijau, dan jingga. Penggunaan warna cerah ini, karena perempuan Tionghoa yang menurut kepercayaannya warna putih adalah warna duka. Material benang yang digunakan untuk bordir motif pada beberapa bagian pada kebaya encimpun juga menggunakan benang-benang dengan warna yang cerah dan berani dibandingkan dengan benang-benang pilihan pada kebaya nyonya yang menggunakan warna pastel (Prihatina, 2009).



Gambar (2). Kebaya Encim, kebaya yang digunakan oleh perempuan Tionghoa dan keturunan di Indonesia.
(Sumber : https://www.adira.co.id/sahabatlokal/article_short/metalink/kebaya-encim)

Dari segi motif pada kebaya encim, para perempuan Tionghoa dan keturunan memodifikasinya sesuai dengan motif-motif yang berkaitan dengan kepercayaan mereka. Mereka membuat motif yang terinspirasi dari hewan seperti burung merak sebagai lambang kemakmuran dan kebahagiaan; serta burung phoenix sebagai lambang keagungan dan kejayaan. Selain hewan, motif flora khas Tionghoa seperti bunga persik dan anyelir juga menghiasi kebaya encim. Seperti yang dipaparkan di muka, pada awal abad ke-19, kebaya menjadi busana yang dikenakan sehari-hari oleh masyarakat lokal maupun pendatang dari Cina dan Belanda. Namun eksistensi kebaya sempat menurun ketika masa penjajahan Jepang di Indonesia, karena kebaya diasosiasikan sebagai busana yang dipakai oleh pekerja paksa perempuan dan tahanan. Kemudian terus berkembang, hingga pada akhirnya kebaya menjadi busana nasional oleh presiden pertama Indonesia, Ir. Soekarno (Prihatina, 2009).

PEMBAHASAN

Kebaya encim sejak awal kemunculannya yang dibuat oleh para perempuan keturunan Tionghoa maupun pendatang sebagai hasil adaptasi dari kebaya nyonya yang pada masa lalu digunakan

sebagai busana resmi para perempuan Belanda. Kebaya encim, terus mengalami perkembangan hingga masa kini. Perkembangan ini berupa modifikasi pada beberapa bagian dari anatomi kebaya ataupun dari segi padanan yang digunakan untuk berdampingan dengan kebaya encim.

Kebaya Encim Masa Kini

Kebaya encim pada jaman dahulu yang bisa disebut dengan kebaya encim klasik, memiliki perbedaan dengan kebaya encim masa kini (kebaya encim modern). Dampak dari kemajuan jaman, kebutuhan masyarakat akan produk gaya hidup yang meningkat, karena arus budaya massa yang berkembang dan masuk ke kalangan masyarakat di Indonesia. Para desainer busana kebaya mencoba untuk memodifikasi, sesuai kreasinya tetapi dengan tidak meninggalkan pakem-pakem tradisi yang sebelumnya telah ada. (Karyaningsih, 2015).

Perubahan-perubahan pada kebaya encim sebenarnya tidak terlalu berubah secara signifikan jika dibandingkan antara kebaya encim klasik dan modern. Secara potongan pola kebaya, tidak berubah, kebaya encim modern tetap memiliki potongan dengan bentuk meruncing dari pinggang menuju paha. Namun, pada bagian lengan, ada modifikasi di mana pada masa awal kemunculan kebaya encim, lengan dibuat panjang seperti kebaya asli penduduk Indonesia. Ketika pada masa modern, panjang lengan dimofikasi menjadi lebih pendek.



Gambar (3). Kebaya encim modern dengan modifikasi lengan pendek. (Sumber : <https://fasnina.com/kebaya-encim/>)

Selain modifikasi pada bagian lengan, secara teknik cutting (potongan) kebaya encim modern tidak meninggalkan pakem lamanya yaitu dengan menggunakan teknik siluet. Dalam arti potongan kebaya mengikuti lekuk tubuh penggunanya (slim fit). Bahan yang digunakan dalam kebaya encim modern, juga sama seperti jenis kebaya yang lain mengalami perkembangan. Variasi material kain ini antara lain kain chiffon, kain tule atau kain lace. Penggunaan material baru ini berkaitan dengan bordir dan payet yang ada pada kebaya, diperlukan material dasar yang kuat dan tidak mudah rusak saat dijahit untuk hiasan-hiasan tambahan serta dibordir (Karyaningsih, 2015).

Perbedaan selanjutnya ada pada bagaimana kebaya encim modern dipadu padankan dengan bawahan (pakaian penutup bagian bawah tubuh). Jika pada masa lalu, kebaya encim dipadu padankan dengan kain batik yang disebut juga 'jarit', pada masa kini kebaya encim begitu juga dengan jenis kebaya yang lain dapat dipadu padankan dengan jenis pakaian bawahan selain kain batik panjang seperti rok pendek, celana panjang, dan lain-lain. (Sariyati, 2013).

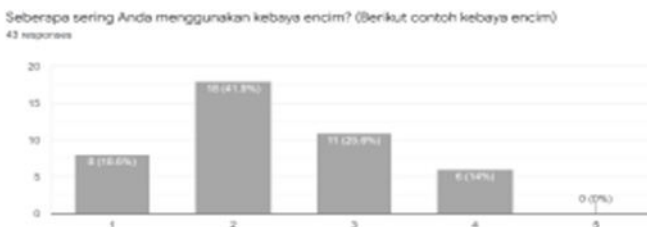


Gambar (4). Kebaya encim modern dengan padanan rok pendek dan motif mega mendung. (Sumber : <https://docplayer.info/69780907-Pesona-kebaya-encim-modifikasi-dalam-sentuhan-motif-batik-mega-mendung.html>)

Kebaya Encim dan Penggunaanya Saat Ini

Hubungan antara pengguna dengan kebaya encim di masa kini, perlu diketahui apakah terjadi pergeseran fungsinya. Perkembangan kebaya encim hingga masa kini melalui berbagai pasang surut ekisistensinya di tengah masyarakat Indonesia karena kondisi sosial dan politik, memungkinkan terjadi perubahan di dalamnya.

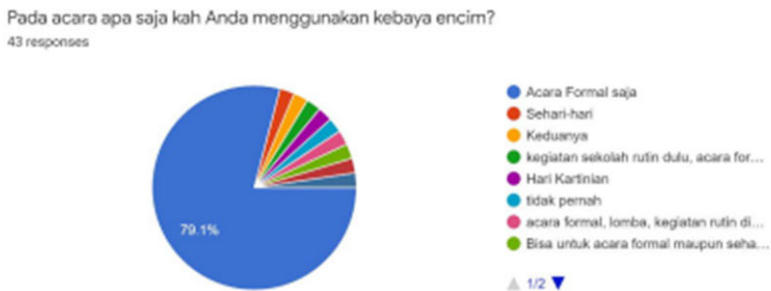
Berikut ini paparan data hasil kuisiner singkat yang dibagikan kepada beberapa perempuan terkait seberapa sering penggunaan kebaya encim :



Gambar (5). Diagram penunjuk hasil seberapa sering responden menggunakan kebaya encim. (Sumber : pribadi)

Dari paparan hasil data di atas, diagram menunjukkan nilai tertinggi dari 43 responden yang mengisi kuisisioner adalah tidak terlalu sering menggunakan kebaya encim dengan wujud angkanya sebanyak 41.9%.

Kemudian, berikut ini hasil data yang menunjukkan kapan dan untuk acara seperti apa para responden menggunakan busana kebaya encim:



Gambar (6). Diagram penunjuk hasil fungsi kebaya encim
(Sumber : pribadi)

Dari paparan hasil data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden hanya menggunakan kebaya encim dalam perayaan-perayaan atau acara formal saja. Selain itu ada juga yang menggunakan kebaya encim karena kewajiban dari pihak suatu instansi atau Lembaga dalam acara-acara tertentu.

PENUTUP

Kebaya encim menjadi bagian dari busana nasional Indonesia yang merupakan hasil akulturasi budaya lokal dan budaya Tionghoa. Hal ini menambah khasanah seni kriya dalam bentuk busana di Indonesia. Menurut garis sejarahnya, busana kebaya secara umum mengalami pasang surut eksistensinya di tengah masyarakat di Indonesia dan terus beradaptasi mengikuti perkembangan jaman, teknologi dan sosial budaya. Namun, dari hasil paparan data singkat di atas, ditemukan adanya pergeseran fungsi pada kebaya encim.

Bahwa masih ada sebagian besar dari kelompok masyarakat yang masih menggunakan busana kebaya, lebih spesifik kebaya encim, hanya untuk acara-acara yang formal saja. Padahal jika kembali ke masa kebaya encim pertama kali mulai populer di kalangan masyarakat, kebaya encim sempat menjadi busana yang dikenakan sehari-hari, selain hari besar atau hari peringatan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Fita Fitria, Novita Wahyuningsih, 2019. Kebaya Kontemporer Sebagai Pengikat Antara Tradisi Dan Gaya Hidup Masa Kini. *Jurnal Atrat, ISBI, Journal of Visual Arts containing scientific works on Art Culture Studies which includes Fine Art, Craft, and Design*, Vol.7, no.2.
2. Inang Prihatina, 2009. Sejarah Dan Perkembangan Bordir Pada Kebaya Encim Di Indonesia.
3. Lombard, Denys. (1996). *Nusa Jawa : Silang Budaya*. Jakarta: Gramedia. Penebar, Plus+
4. Ria Pentasari. (2007). *Chic In Kebaya*, Jakarta: Erlangga
5. Wani Karyaningsih, E., 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Kebaya Pada Ibu-Ibu Dan Remaja Putri. *Keluarga*, 1(1).
6. Hanggoro, T. Nugroho. 2018. Kebaya Encim, Busana Tradisional Betawi Yang Melintasi Zaman. *Historia*.
7. Yulia. 2018. Mengenal Sejarah Kebaya Encim. *Journey of Indonesia*. <https://historia.id/kultur/articles/kebaya-encim-busana-tradisional-betawi-yang-melintasi-zaman-vVJ7o/page/1> (diakses 02 Maret 2022.)
8. <https://journeyofindonesia.com/cultures/item/128-mengenal-sejarah-kebaya-encim> (diakses 02 Maret 2022).
9. Serba-serbi Dunia Fashion. Mengenal Sejarah Kebaya. <http://serba-serbi-dunia-fashion.weebly.com/mengenal-sejarah-kebaya.html> (diakses 02 Maret 2022).
10. Suciati, S., Sachari, A., Kahdar, K., & Syarif, A. (2017). Karakteristik Visual Busana Kebaya Ibu Negara Indonesia. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 31(2). doi:10.31091/mudra.v31i2.32
11. Gumulya, D., & Octavia, N. (2017). Kajian Akulturasi Budaya Pada Busana Wanita Cina Peranakan. *Journal of Art, Design, Art Education And Culture Studies (JADECS)*, 2(1).

12. Wirawan, C. H., & Sutami, H. (2022). Kebaya Encim Betawi: Ikon Busana Perempuan Betawi. *Fenghuang : Jurnal Pendidikan Bahasa Mandarin*, 01(02).
13. Karyaningsih, E. W. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Kebaya Pada Ibu-Ibu Dan Remaja Putri. *Jurnal Keluarga*, 01(01).
14. Sariyati, I. (2013). Kebaya Dalam Arena kultural. *CORAK*, 2(2). doi:10.24821/corak.v2i2.2339

STUDI DESKRIPSI PATRIARKI TERHADAP PRAKTIK FEMINISME (JAKARTA ART WEEK 2019 BERTAJUK PEREMPUAN BICARA SENI)

Aneira Khansa Anindya dan Ira Adriati

ABSTRAK

Budaya patriarki yang mendunia sejak dahulu kala menimbulkan banyak stigma terhadap perempuan. Tidak hanya pada aspek sosial, perempuan juga dirugikan pada aspek profesi, salah satunya jika ingin bekerja sebagai seniman. Jumlah perupa perempuan yang tidak tercatat dalam sejarah perkembangan seni rupa di dunia maupun Indonesia tidak terhitung jumlahnya--- hal ini merupakan salah satu efek dari budaya patriarki yang kerap menilai perempuan sebagai pekerja di bidang domestik saja. Feminisme kemudian terlahir untuk memperjuangkan hak-hak perempuan untuk melakukan hal yang sama dan setara dengan laki-laki. Salah satu cabang dari gerakan feminisme adalah berkarya dengan gagasan itu sendiri, berbagai perempuan perupa telah memperlihatkan dirinya melalui karya-karya yang dibuatnya. Dengan adanya pameran seni khusus yang dibuat untuk perempuan, berbagai nama perempuan perupa mulai bermunculan di mata publik. Jakarta Art Week 2019 merupakan salah satu pameran yang mengangkat tema '*Rambut Aku, Kata Aku*', salah satu bentuk aktualisasi diri. 10 Perempuan perupa ikut serta dalam meramaikan pameran ini, dengan karya yang unik dan memiliki ciri khas tersendiri.

Penelitian ini adalah suatu upaya untuk memahami budaya patriarki dan praktik feminisme pada karya yang ada di Jakarta Art Week 2019. Tiga karya yang telah dipilih dengan pertimbangan yang matang akan ditinjau lebih lanjut untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari patriarki terhadap pembuatan karya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan kajian literatur dan wawancara.

Berkarya dengan gagasan feminisme merupakan suatu cara untuk menolak berbagai hal yang represif terhadap perempuan, termasuk patriarki. Beberapa karya yang ditampilkan pada Jakarta Art Week 2019 jelas memperlihatkan itu. Namun, tidak semua karya secara terang-terangan menolak isu patriarki saja—terdapat berbagai lapisan dari tindakan represif yang dibicarakan, seperti standar kecantikan. Terlepas dari itu, seluruh karya yang ditampilkan memiliki satu gagasan yang sama, yaitu bahasan tentang hidup perempuan.

Kata kunci: Perempuan, Feminisme, Patriarki, Jakarta Art Week 2019,

LATAR BELAKANG

Budaya patriarki merupakan sebuah fenomena yang sudah ada sejak zaman dahulu kala. Jika dilihat dari sisi sejarah, terdapat beberapa gerakan yang menentang budaya patriarki seperti *Suffrage* yang merupakan usaha kaum perempuan di Amerika Serikat untuk memperoleh hak suara. Mereka harus memperjuangkan hak mereka yang sama dengan para laki-laki saat pemerintahan pertama didirikan (Harper, 2009: 9). Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dalam budaya patriarki, laki-laki dipercaya sebagai gender yang paling dominan dan berkuasa, sehingga segala peran kepemimpinan diambil oleh gender laki-laki.

Rokhmansyah (2013 :1) dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Gender dan Feminisme*, berpendapat bahwa perempuan yang selalu ditempatkan dalam peran domestik dan reproduksi membuat terjadinya penghambatan dalam kemajuan kaum perempuan untuk berada serta berfungsi di ruang publik dan produksi. Natrotzky (1997 :158) menyatakan bahwa kebanyakan pekerjaan perempuan tertutup oleh persepsi 'housewifisation'. Konsep ini dapat diartikan dengan beberapa penjelasan, yaitu; Perempuan dianggap sebagai 'ibu rumah tangga' secara universal, sehingga pekerjaan mereka dilihat dapat dibeli dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan tenaga kerja laki-laki. Tentunya, dengan mendefinisikan perempuan hanya sebagai 'ibu rumah tangga', masyarakat sekitar dapat memurahkan

gaji perempuan dalam setiap pekerjaan. Fenomena ini tentu saja merupakan masalah yang serius dan menjadi sebuah hambatan bagi kaum perempuan untuk berkembang dalam profesinya, dan dalam mendapatkan hak-haknya.

Pada awalnya, feminisme lahir sebagai gerakan para perempuan yang menuntut keadilan dan kesetaraan dengan pria. Feminisme tidak hanya bernaung pada aspek sosial kehidupan, namun juga pada aspek budaya, politik, dan juga ekonomi. Salah satu contoh yang ada pada aspek budaya adalah upaya untuk menggeser konsep 'kodrat' pada perempuan. Berdasarkan pengamatan yang terjadi di sekitar, kebanyakan orang percaya bahwa 'kodrat' perempuan adalah melakukan pekerjaan rumah tangga dan mengurus anak, serta menjadi gender nomor dua dalam berbagai aspek kehidupan. Sebagai gerakan yang memperjuangkan kesetaraan gender, feminisme membantu untuk merealisasikan gerakan-gerakan dan perlawanan terhadap konsep yang merugikan seperti pada contoh di atas.

Budaya patriarki sendiri menimbulkan berbagai opini pro dan kontra dari banyak kalangan. Salah satu opini pro terhadap patriarki adalah opini dari filsuf St. Thomas Aquinas yang berpendapat bahwa perempuan adalah sosok laki-laki yang tidak sempurna bentuknya. Dengan adanya pernyataan ini, dapat dilihat bahwa konsep perempuan ditentukan setelah adanya konsep mengenai laki-laki terlebih dahulu (Hidayat, 2004: 17). Banyaknya isu gender yang terjadi disebabkan oleh keterlibatan orang-orang yang mendukung statemen bahwa perempuan adalah makhluk ke dua. Dukungan ini memperjelas adanya perbedaan hak antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki mendominasi di sektor publik, sedangkan perempuan perannya dibatasi di sektor domestik saja (Rokhmansyah, 2013: 13).

Untuk sisi kontra, berbagai perjuangan untuk memberontak sistem patriarki dengan gerakan feminisme telah dilakukan oleh kaum perempuan. Hal ini dilakukan untuk memperoleh hak-haknya serta mendobrak konstruksi sosial yang ada. Gerakan- gerakan feminisme seperti Suffrage yang telah dijelaskan secara singkat di

awal tulisan merupakan salah satu contohnya. Tidak hanya dengan gerakan sosial politik, opini kontra terhadap budaya patriarki juga dapat diekspresikan sesuai dengan masing-masing individu yang ada. Salah satu cara untuk mengekspresikan opini kontra terhadap budaya patriarki ini adalah dengan membuat karya seni. Dalam konteks ini, perupa dapat membuat karya yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan terhadap Jakarta Art Week 2019 bertajuk Perempuan Bicara Seni, perempuan perupa yang mengikuti pameran mengekspresikan perasaannya terhadap isu-isu yang dialami oleh perempuan akibat dari konstruksi sosial yang dibuat oleh masyarakat sekitar. Pameran ini diselenggarakan pada tahun 2019 dengan sub tema "Rambut Aku Kata Aku" sebagai ajang perayaan seni rupa di kota Jakarta. Pameran ini menampilkan sepuluh buah karya dari sepuluh seniman perempuan yang berpartisipasi. Karya-karya yang ada ditampilkan di ruang publik, lebih tepatnya di sepanjang jalan Sudirman yang berlokasi di kota Jakarta.

Dari adanya pameran Jakarta Art Week 2019 dengan tema Perempuan Bicara Seni, penulis tertarik untuk meneliti hubungan serta pengaruh budaya patriarki terhadap praktik feminisme dalam karya yang dibuat oleh para seniman yang mengikuti pameran.

1. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa rumusan masalah, yaitu:

- a. Bagaimana budaya patriarki dapat mempengaruhi terjadinya praktik feminisme di Jakarta Art Week 2019?
- b. Bagaimana gambaran budaya patriarki dapat tercermin dalam karya yang ada di Jakarta Art Week 2019 jika dilihat dari nilai estetisnya?

2. Batasan Masalah

Melihat luasnya topik yang dibicarakan, maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan ini dapat meluas. Maka itu, perlu dibuat

batasan permasalahan yang jelas mengenai topik yang akan dibahas. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

- Pameran yang akan dibahas adalah Jakarta Art Week 2019 yang bertajuk Perempuan Bicara Seni karena memiliki tema yang inklusif terhadap perempuan perupa dalam mengekspresikan dirinya
- Hanya berfokus pada tiga buah karya perempuan perupa yang berpartisipasi dalam Jakarta Art Week 2019
- Penilaian dalam pemilihan karya dilihat berdasarkan visualisasi dan keragaman media
- Pembahasan mengenai Patricia Untario dibahas menggunakan sumber data-data sekunder

3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh budaya patriarki terhadap terjadinya praktik feminisme pada Jakarta Art Week 2019. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa besar efek dari adanya sistem patriarki terhadap para perupa perempuan yang mengikuti Jakarta Art Week 2019.

4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

- Mendukung setiap pembaca mengenai topik pembahasan pada penelitian
- Sebagai referensi tulisan bagi semua pihak yang ingin menggali bacaan mengenai pengaruh patriarki terhadap praktik feminisme di bidang seni rupa

5. Hipotesis

Penelitian ini menggambarkan bahwa para perupa perempuan yang ada di Jakarta Art Week 2019 ini berusaha untuk menunjukkan keberadaannya sebagai perempuan yang memiliki kontrol atas dirinya sendiri dengan karya seni yang mereka buat. Selain itu, penelitian ini juga menggambarkan hasil karya seni rupa para perupa perempuan yang dapat dipertunjukkan pada khalayak ramai.

6. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Pendekatan interpretasi karya akan digunakan sebagai tahapan awal dalam proses analisis karya. Metode pendekatan deskriptif kemudian akan digunakan menjelaskan ciri-ciri dari objek kajian. Teknik penelitian yang akan digunakan dalam penelitian data yaitu :

a. Kajian literatur

Langkah awal yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan kajian literatur untuk mengumpulkan berbagai data yang relevan serta berhubungan dengan topik penelitian.

b. Wawancara

Wawancara akan dilakukan untuk mengetahui latar belakang dari pembuatan karya-karya yang ada di Jakarta Art Week 2019.

Landasan Teori

1. Male Gaze

Male Gaze adalah suatu fenomena tatapan laki-laki akan perempuan dengan mengobjektifikasi perempuan. Dalam fenomena ini, perempuan dianggap sebagai sebuah objek hasrat seksual laki-laki yang orientasinya heteroseksual. Perempuan juga dianggap tidak begitu penting, representasi perempuan hanyalah sebagai 'bingkai' untuk hasrat laki-laki yang ada. Menurut Laura Mulvey (1975) dalam esainya yang berjudul *Visual Pleasure and Narrative Cinema*, kebanyakan film tradisional Hollywood merespons sebuah dorongan mendalam yang dikenal sebagai fenomena *Scopophilia* atau kenikmatan seksual yang ada ketika kita melihat sesuatu. Mulvey berpendapat bahwa sebagian besar film Hollywood populer adalah sebuah cara untuk memuaskan agenda *Scopophilia* maskulin.

Media visual yang ada akan menseksualisasikan perempuan secara berlebihan demi kepuasan penonton laki-laki, karena penggambaran wanita di mata laki-laki adalah 'untuk dilihat' atau sebagai 'tontonan'. Menurut Mulvey, Male Gaze tidak hanya terdiri

dari satu bagian, namun dibagi menjadi beberapa. Yang pertama adalah *Scopophilia* yaitu kesenangan akan melihat sesuatu, dan dalam konteks ini adalah kesenangan akan mengobjektifikasi kaum perempuan yang ia lihat. Yang kedua, adalah *Fetistic Scopophilia* atau ide bahwa perempuan hanyalah representasi dari sebuah objek yang ada hanya untuk dipandang, sehingga tidak memiliki kekuatan apa-apa.

2. Kritik Seni Barrett

Teori ini dikemukakan oleh Terry Barrett di dalam bukunya yang berjudul *Criticizing Art : Understanding the Contemporary*. Barrett menganggap bahwa interpretasi karya seni rupa dapat dinilai dengan beberapa unsur, yakni koherensi, korespondensi, dan juga inklusivitas. Penafsiran yang baik merupakan penafsiran karya yang memiliki ikatan emosional dengan seniman, namun tetap memiliki sosial yang sesuai serta relevansi di lingkungan sosial.

Jika kritik seni pada umumnya dilakukan dengan empat buah tahapan, Barrett berpendapat bahwa kritik dapat dilakukan hanya dengan tiga buah tahapan, yaitu deskripsi, interpretasi, dan *judging* atau penilaian.

a. Deskripsi

Tahapan deskripsi dianggap sebagai bagian utuh dari kritik seni, dan bukan hanya pengantar saja. Menurut Barrett, deskripsi adalah sebuah bahasa untuk memfasilitasi pemahaman dan apresiasi karya seni, dan begitu pula kritik. Dalam tahapan ini, kritikus dapat menggambarkan apa yang mereka lihat sesuai dengan apa yang ada pada karya seni, serta pengetahuan mereka mengenai karya tersebut. Contohnya adalah informasi mengenai seniman yang membuat karya atau tahun pembuatan karya tersebut.

b. Interpretasi

Dalam tahapan ini, interpretasi karya adalah sebuah argumen yang akan digunakan oleh kritikus seni untuk menjadi persuasif. Interpretasi karya yang baik dinilai sebagai sebuah interpretasi

karya yang lebih banyak menceritakan tentang karya seni tersebut daripada tentang sang kritikus. Kritikus seni karu bersifat objektif agar interpretasinya dapat diberlakukan kepada banyak orang, sehingga setiap orang yang membaca interpretasi karya juga dapat merasakan hal yang mendalam tentang objek seni yang sedang dikritik. Jika kritikus memiliki perasaan yang kuat dan emosi yang mendalam, kritikus harus bisa mengartikulasikan perasaan tersebut ke dalam Bahasa yang dapat dimengerti serta masih berhubungan dengan karya seni. Karena itu, objektivitas sangatlah penting pada tahapan interpretasi agar tidak membahayakan kritikus ke dalam tulisan subjektif yang akhirnya menjadi tidak relevan.

c. Penilaian

Bagian penilaian berarti mengkaji kegiatan kritis yang terlibat dalam menilai sebuah karya seni. Tahapan ini dapat dibilang hamper sama dengan tahapan sebelumnya, walaupun hasil akhirnya sangat berbeda. Pada bagian ini, kritikus berusaha untuk menentukan seberapa bagus sebuah karya dengan alasan serta kriteria yang ada.

3. Semiotika

Dalam teori terakhir, akan digunakan teori Tanda atau Semiotika dari S. C. Pierce. Teori ini sendiri menjelaskan tentang penandaan, representasi, referensi, dan juga makna. Tanda yang dimaksud oleh Pierce adalah segala sesuatu yang memiliki makna, dan pada tiap tanda yang ada harus memiliki sebuah konsep yang abstrak. Menurut Pierce, jenis-jenis tanda dapat dibagi menjadi tiga, yaitu :

- a. *Icon*, yaitu sebuah tiruan yang tidak sempurna.
- b. *Index*, sebuah hubungan antara tanda dengan napa yang ditandakannya, atau dapat disebut sebagai hubungan sebab-akibat.
- c. *Symbol*, sebuah tanda yang sudah ada, dan dikenal masyarakat luas atau memiliki kesepakatan sosial atas artiannya.

Problematika Perempuan Perupa

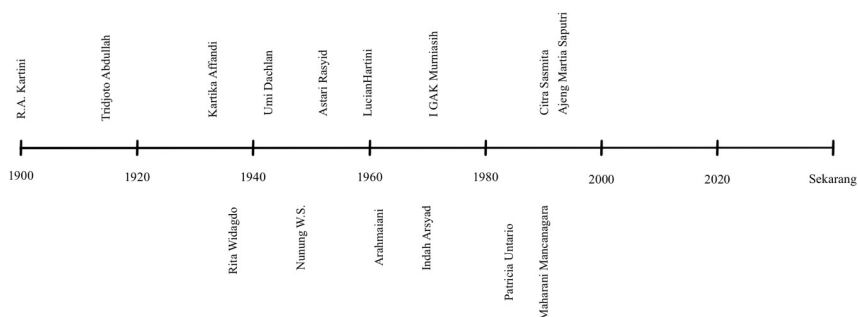
Representasi perempuan perupa dapat dikatakan masih sedikit jumlahnya karena adanya dominasi laki-laki di lapangan seni rupa. Asumsi bahwa perempuan adalah makhluk lemah serta beberapa kelompok masyarakat yang menganggap bahwa tugas wanita hanya untuk meneruskan garis keturunan membuat perempuan sulit untuk memilih jalan hidup serta keputusannya sendiri. Dalam sejarah seni rupa sendiri, pencatatan tentang keberadaan perempuan perupa juga seringkali mengalami diskriminasi hanya karena jenis kelaminnya.

Perempuan Perupa di Indonesia

Dari periode awal abad ke-20, perempuan Indonesia yang menjadi seniman rata-rata berasal dari keluarga kaya yang memiliki privilese. Namun, dapat dilihat juga beberapa nama perempuan dalam ranah seni rupa yang berasal dari keluarga bukan bangsawan. Beberapa forum dibuat untuk mewedahi pergerakan perempuan perupa di Indonesia seperti Grup Sembilan yang dibuat pada tahun 1973 oleh Charlotte Punggabean dan Ratmini Sudjatmoko dan Ikatan Pelukis Wanita yang muncul pada pertengahan tahun 1980-an. Kedua forum tersebut bertujuan untuk memberi dukungan pada karya seni perempuan melalui pameran-pameran.

Karya-karya seni rupa kontemporer Indonesia ini pada umumnya dipamerkan sebagai pameran tunggal oleh sang seniman maupun pada galeri dan museum. Pada suatu kesempatan tertentu, karya-karya kontemporer dipamerkan secara khusus untuk perempuan perupa. Hal ini dapat dikatakan sangat penting keberadaannya dalam sejarah karena meliputi perkembangan perempuan perupa baik dalam individu maupun kelompok. Berikut beberapa perempuan perupa kontemporer di Indonesia.

linimasa keberadaan perempuan perupa di Indonesia.



Gambar *Timeline*

Berdasarkan data yang telah dipaparkan di atas, dapat dikatakan bahwa perempuan perupa Indonesia membuat karya yang semakin beragam seiring berjalannya waktu. Kecenderungan para perupa perempuan Indonesia pada awal abad ke-19 adalah membahas isu sosial—hal ini terjadi karena pemikiran masyarakat belum terlalu modern seperti sekarang. Pada era kontemporer, para perempuan perupa mulai mengangkat tema yang lebih personal seperti aktualisasi diri. Gaya visual yang paling sering terlihat adalah abstrak dan Impresionisme pada masa awal perkembangan seni rupa. Gaya tersebut dapat dilihat pada karya Nunung W.S., Umi Dachlan, dan Kartika Affandi. Sedangkan pendekatan estetika yang kerap digunakan oleh perupa perempuan Indonesia pada era kontemporer adalah seni sebagai realisme sosial, berbeda dengan perupa perempuan pada era-era sebelumnya yang sering menggunakan pendekatan seni sebagai ekspresi dan seni sebagai imitasi.

Jakarta Art Week

Jakarta Art Week merupakan sebuah pekan di mana karya-karya seni rupa dari berbagai seniman dipamerkan di sekitar Jakarta. Kegiatan ini diselenggarakan pada pertama kalinya pada 26 Agustus sampai 15 September adi tahun 2019, di mana para perempuan perupa Indonesia dan Pemprov DKI Jakarta bekerja sama untuk membuat pameran seni ruang publik yang bertajuk

"Perempuan Bicara Seni" dan bertemakan *"Rambut Aku, Kata Aku"*. Dalam pembukaannya, Jakarta Art Week 2019 didatangi langsung oleh Gubernur DKI Jakarta yaitu Anies Baswedan. Anies beserta para perempuan perupa terlihat berdiri di depan halte bus untuk memeriahkan pameran seni ruang publik tersebut.

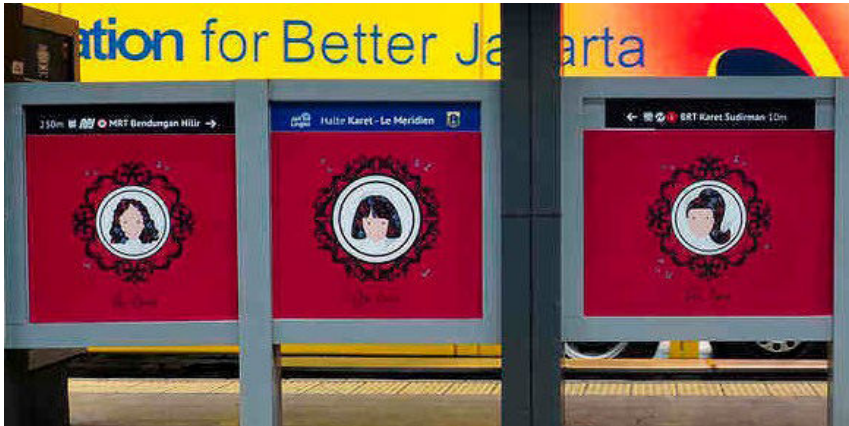
Jakarta Art Week pertama kali diinisiasikan pada tahun 2019 oleh MRA Media. Inisiatif ini kemudian didukung oleh Pemprov DKI Jakarta dan juga beberapa sponsor seperti Trans Jakarta, MRT Jakarta, Enjoy Jakarta, dan juga Dove Indonesia. MRA Media menyelenggarakan Jakarta Art Week untuk memeriahkan acara Art Jakarta yang telah diselenggarakan selama 10 tahun. Art Jakarta sendiri merupakan acara pameran tahunan yang digelar pada tanggal 30 Agustus sampai dengan 1 September 2019 di JCC Senayan. Pameran Art Jakarta selalu memamerkan banyak karya dari dalam maupun luar negeri dan dari berbagai galeri. Dalam rangka menyambut Art Jakarta yang ke-11, MRA Media memutuskan untuk membuat sebuah acara yang dapat dijadikan tempat pariwisata lokal bagi para pecinta seni, yaitu Jakarta Art Week 2019. Diselenggarakan dari tanggal 26 Agustus sampai 15 Desember, Jakarta Art Week 2019 bertujuan agar Jakarta menjadi kota yang lebih bersahabat dan indah mempesona dengan unsur seni didalamnya.

Dengan mengangkat tema *"Perempuan Bicara Seni"*, Jakarta Art Week 2019 mengajak 10 perempuan perupa Indonesia untuk memamerkan karyanya di ruang publik sehingga dapat dilihat secara langsung oleh banyak orang dalam waktu sekaligus. Karya-karya seni tersebut dipamerkan di 21 titik halte bus dan juga MRT di sepanjang jalan Sudirman, Jakarta Pusat. Para perempuan perupa yang ikut serta dalam acara ini adalah Patricia Untario, Theresia Agustina Sitompul, Budi Asih, Cempaka Surakusumah, Dian Suci, Kalya Risangdaru, Maharani Mancanagara, Ajeng Martia Saputri, Sanchia dan Hanggita Dewi. Kesepuluh perempuan perupa tersebut membuat karya dengan tema *"Rambut Aku, Kata Aku"* yang merupakan cara dalam mengekspresikan opini tentang gaya rambut yang mereka pilih sebagai seorang perempuan.

Dalam paper ini difokuskan pada karya Ajeng Martia Saputri dan Patricia Untario

Ajeng Martia Saputri

Ajeng Martia Saputri atau Ajeng membuat karya *Be You, Do You, For You* dengan medium digital karena adanya batasan dari Jakarta Art Week 2019 yang mengajak beberapa senimannya untuk menciptakan karya digital. Dalam karya ini, Ajeng menceritakan pengalaman pribadinya saat tumbuh sebagai seorang anak yang kurus dan tinggi, sehingga fisiknya terlihat berbeda dari kebanyakan anak seumurannya. Hal ini membuatnya membenci fisiknya sendiri, sehingga Ajeng membuat karya *Be You, Do You, For You* sebagai proses penerimaan bentuk tubuh sebagai suatu karya yang indah.



Gambar V.1 *Be You, Do You, For You* (2019) Sumber : Cosmopolitan

Male Gaze Dalam '*Be You, Do You, For You*'

Analisis pengelihatan dan tatapan laki-laki (*male gaze*) diasumsikan sebagai kemampuan dalam melihat orang lain, indikasi seksual dan dominansi sosial (Korsmeyer: 2004). Dengan teori ini, posisi dalam melihat suatu objek dilihat dari sudut pandang laki-laki. Dalam teori Mulvey, pandangan laki-laki atau *male gaze* memiliki tiga perspektif, yaitu laki-laki di belakang kamera, tokoh laki-laki dalam representasi sinematik film, dan penonton yang menatap

gambar. Dalam pembahasan kali ini, akan digunakan perspektif penonton yang menatap gambar.

Subjek dalam karya *Be You, Do You, For You* merupakan gabungan dari tiga perempuan yang memiliki model rambut berbeda. Dalam karya ini, tidak terlihat adanya objektifikasi bagian tubuh perempuan maupun perempuan itu sendiri. Tidak terdapat pula *Fethistic Schopophillia* atau ide bahwa perempuan hanyalah sebuah objek untuk dipandang sehingga tidak memiliki kekuatan apa-apa. Karya ini justru memiliki kekuatan tersendiri dalam merepresentasikan berbagai macam bentuk rambut yang ada pada perempuan.

Kritik Seni Pada 'Be You, Do You, For You'

Karya *Be You, Do You, For You* merupakan karya digital milik Ajeng Martia Saputri yang ditampilkan di halte bus sekitar Jalan Sudirman, Jakarta Pusat. Karya ini dibuat pada tahun 2019 dalam rangka mengikuti Jakarta Art Week 2019. Pada karya ini, terdapat tiga buah kepala perempuan dengan model rambut yang berbeda-beda di depan sebuah latar yang berwarna merah tua polos. Tiga buah kepala ini juga disusun ke beberapa sisi, yaitu sisi kiri, tengah, dan kanan. Pada sisi kiri, terlihat kepala yang memiliki rambut melengkung, di tengah, kepala dengan rambut lurus, dan di kanan, kepala dengan rambut diikat. Terdapat ukiran-ukiran yang melingkar menghiasi kepala-kepala tersebut. Ukiran tersebut berwarna hitam melingkari latar putih yang berbentuk bulat pada setiap kepala. Terdapat juga bentuk kupu-kupu di samping kepala-kepala tersebut.

Be You, Do You, For You memberikan impresi yang kuat terhadap sifat keberanian. Warna merah darah yang pekat pada latar juga sangat mendukung dalam pembangunan suasana yang ada. Merah, bagi Ajeng adalah simbolisasi dari darah yang menjadi pengingat bahwa di balik fisik setiap manusia, hanyalah gumpalan darah dan daging. Setiap kepala dalam karya ini merepresentasikan satu orang perempuan dengan keunikannya sendiri. Keunikan tersebut tidak hanya dilihat dari kepribadian, namun dapat dilihat dari jenis dan

tekstur rambut yang beragam. Rambut lurus, ikal, panjang, maupun pendek, semuanya adalah sebuah karya yang indah. Ajeng sendiri mengartikan karya ini sebagai cerminan dari dirinya sendiri—dilihat dari visual karya yang memperlihatkan perempuan yang sedang bercermin, karya ini merupakan sebuah proses penerimaan bahwa tubuh kita semua adalah suatu karya yang indah. Sedangkan bunga-bunga yang dihadirkan oleh Ajeng menyimbolkan suatu simbol kecantikan yang temporal—bunga itu cantik, namun tidak abadi, seperti kecantikan manusia. Jadi, tidak seharusnya orang-orang menjunjung terlalu tinggi penampilan luar seseorang. Visual kupu-kupu juga digunakan sebagai simbolisasi dari transformasi. Layaknya sebuah kupu-kupu, Ajeng bertransformasi dari seorang anak yang membenci dirinya menjadi seseorang yang lebih mencintai dirinya sendiri. Ajeng tumbuh sebagai seorang anak yang memiliki fisik sedikit berbeda dari anak-anak lain pada umumnya. Ia membenci fisiknya yang kurus dan tinggi hingga dewasa, dan karya ini dibuat sebagai sebuah pembuktian bahwa ia sedang dalam proses menerima dirinya sendiri.

Karya ini memiliki komposisi yang baik secara warna maupun bentuk. Jejeran kepala perempuan ditempatkan secara simetris dengan bingkainya masing-masing. Pada karya ini, tiga buah kepala perempuan di bagian kiri, tengah, dan kanan adalah subjek utama. Hal ini dibuktikan dengan komposisi yang menggambarkan kepala-kepala tersebut bak *centerpiece*, tidak tersentuh oleh ukiran-ukiran di sekelilingnya. Penggunaan warna yang kontras antara kepala, latar bulat, dan latar utama juga membuat kepala-kepala tersebut menjadi menonjol, mengalahkan latar belakang lukisan yang sebenarnya memiliki dominansi lebih besar dalam segi ukuran. Penyatuan unsur-unsur seni dari warna, bentuk, komposisi, serta suasana sudah tergambarkan secara jelas dan menghasilkan impresi yang kuat terhadap lukisan.

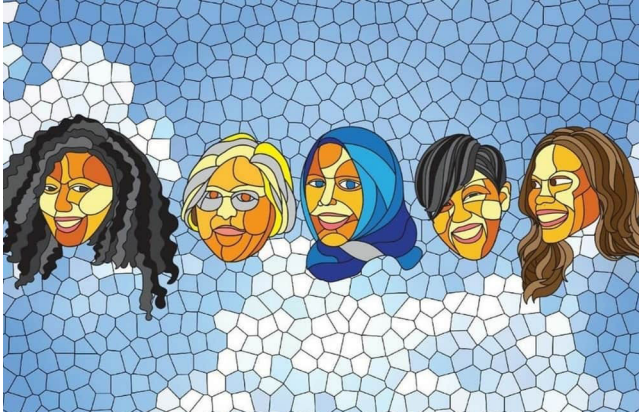
Semiotika Dalam 'Be You, Do You, For You'

C. S. Pierce berpendapat bahwa pendekatan semiotika dapat dilakukan dengan tiga tahap, yaitu dengan mengklasifikasikan *Icon*, *Index*, dan *Symbol*. Ikon adalah sebuah tiruan yang tidak sempurna, Indeks adalah sebuah hubungan antara tanda dengan apa yang ditandakannya, atau dapat disebut sebagai hubungan sebab-akibat, dan Simbol adalah sebuah tanda yang sudah ada dan artiannya dikenal masyarakat luas.

Ikon yang terdapat pada karya *Be You, Do You, For You* adalah Kepala tiga orang perempuan yang mewakilkan perempuan secara umum. Ciri-ciri dari kepala-kepala tersebut cocok dengan apa yang ingin diwakilkan, yaitu perempuan. Indeks yang dapat diambil dari karya ini adalah bingkai cermin yang mewadahi kepala-kepala perempuan yang ada. Bingkai ini memiliki hubungan sebab-akibat dengan apa yang berusaha ia wakili, yaitu pantulan sosok perempuan. Sedangkan simbol dalam karya ini adalah gabungan dari keseluruhan bingkai cermin dan objek kepala yang mewakilkan sebuah potret manusia yang sedang bercermin.

Patricia Untario

Pada Jakarta Art Week 2019, Patricia membuat karya menggunakan kaca yang dipadukan dengan permainan cahaya. Baginya, setiap perempuan adalah individu yang unik dengan karakternya sendiri dan berhak untuk menyuarakan pemikiran juga menentukan jalan hidupnya sendiri. Setiap perempuan pasti memiliki cara tersendiri dalam mengekspresikan dirinya, dan hal tersebut tidak bisa menjadi penentu utama dalam meraih tujuan hidup dan prestasi setinggi-tingginya.



Gambar V.3; Karya Patricia Untario di Jakarta Art Week 2019
Sumber : Cosmopolitan

Male Gaze Dalam Karya Patricia Untario

Jika dilihat dari kacamata pengamat laki-laki, karya ini memiliki makna yang kuat sama seperti dua karya sebelumnya. Perempuan dalam karya ini tidak hanya berfungsi sebagai tontonan, melainkan sebagai perantara dalam penyampaian pesan dan makna yang berusaha diutarakan oleh seniman, sehingga *Fethistic Schopophillia* tidak dapat diaplikasikan. Media visual yang ada pada karya Patricia tidak dapat memuaskan agenda *Scopophilia* maskulin karena tidak ada penggambaran perempuan secara berlebih untuk diseksualisasi.

Kritik Seni Terhadap Karya Patricia Untario

Karya Patricia Untario yang ada pada Jakarta Art Week 2019 merupakan sebuah karya yang dibuat dari material kaca. Pada karya ini, terlihat lima buah kepala perempuan dengan warna dan tekstur rambut yang berbeda-beda, bahkan, ada juga yang mengenakan hijab. Posisi mata kelima perempuan tersebut juga berbeda-beda. Ada yang menghadap ke arah kanan, ke arah pengamat, dan ke arah perempuan lain yang berposisi di sebelahnya. Kelima kepala tersebut diposisikan di bagian tengah, dengan latar yang merupakan gabungan dari warna biru muda dan putih.

Pada karya ini, hal yang paling menonjol adalah upaya untuk menunjukkan bahwa berbeda itu tidak selalu buruk dan dapat menjadi keunikan tersendiri. Senyuman yang ada pada setiap perempuan di dalam karya mendukung pernyataan tersebut. Para perempuan terlihat tersenyum berada di samping satu sama lain terlepas dari perbedaan fisik mereka. Patricia sendiri ingin menunjukkan bahwa rambut adalah mahkota setiap perempuan yang memiliki keunikan dan kecantikannya sendiri. Ia juga ingin menyampaikan pesan bahwa setiap individu memiliki hak untuk mengekspresikan diri mereka tanpa menjadi halangan dalam mencapai tujuan hidup dan juga prestasi setinggi-tingginya. Layaknya seorang perempuan yang merawat rambutnya, seorang perempuan juga harus memiliki rasa cinta terhadap dirinya.

Penggunaan material kaca yang disusun sedemikian rupa telah menjadi ciri khas Patricia dalam berkarya. Efek menyala yang terlihat pada karya ini ketika dilihat pada siang hari telah membuat pemanfaatan material kaca menjadi maksimal. Komposisi kepala-kepala perempuan yang ada pada karya telah ditempatkan secara simetris dan baik. Kepala-kepala tersebut juga ditonjolkan dengan kontras antara warna kulit yang kekuningan dengan latar biru muda menuju putih. Berbagai unsur seni seperti komposisi, warna, dan pencahayaan sudah memiliki harmoni yang baik.

Semiotika Dalam Karya Patricia Untario

Citra Ikon pada karya ini dapat dilihat dari kepala-kepala perempuan yang lagi-lagi merepresentasikan perempuan pada umumnya. Hal ini dapat dikatakan karena adanya hubungan antara representamen dengan objek yang berusaha untuk diwakilkan dalam beberapa kualitas. Selanjutnya, indeks yang dapat diambil dari karya ini adalah ekspresi dari para perempuan itu sendiri—mereka terlihat tersenyum dan senang, mengimplikasikan bahwa ada sesuatu yang membuat suasana hati mereka menjadi baik. Dalam konteks ini, hal tersebut dapat dikaitkan dengan cinta yang ada di dalam diri mereka masing-masing. Sedangkan simbol yang terlihat dalam karya ini adalah awan yang terdapat di bagian latar.

Awan seringkali mewakili surga yang berada di atas langit, sehingga simbol ini dapat dikaitkan dengan pesan Patricia untuk meraih mimpi setinggi-tingginya.

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa praktik feminisme dalam beberapa karya di Jakarta Art Week 2019 terjadi karena adanya patriarki. Meskipun respon dari beberapa seniman tidak menjurus ke arah kritik terhadap budaya patriarki, karya yang ditampilkan tetap memiliki gagasan yang kuat dalam aktualisasi diri sebagai perempuan dan feminisme. Terdapat penemuan menarik dalam penelitian ini, yaitu salah satu seniman yang tidak merasakan adanya patriarki dalam hidupnya, namun lebih merasakan kebencian terhadap dirinya di masa lampau karena standar kecantikan yang ditetapkan untuk perempuan.

Budaya patriarki mempengaruhi terjadinya praktik feminisme dalam karya-karya di Jakarta Art Week 2019 melalui pengalaman sang seniman yang merasakan kerugian dari budaya itu sendiri. Patricia Untario dalam salah satu wawancaranya sempat mengatakan bahwa material kaca *phallus* ia gunakan untuk menggugat patriarki dan dominasi budaya maskulin. Dapat disimpulkan, bahwa Patricia Untario merasakan efek dari patriarki terhadap dirinya. Seniman tersebut kemudian mengkritisi budaya patriarki dengan karya yang mereka buat.

Di sisi lain, Ajeng Martia Saputri tidak merasakan adanya pengaruh patriarki dalam hidupnya. Hal ini dapat ia katakan karena ia memiliki keluarga serta orang-orang terdekat yang tidak menganut budaya tersebut. Ajeng memang sering berfokus membuat karya tentang pengalamannya sebagai seorang perempuan, namun ia tidak pernah secara sadar membahas isu patriarki dalam karya yang dibuatnya. Namun, Ajeng berpendapat bahwa dalam pameran kelompok, rasio dari seniman perempuan masih lebih sedikit dibandingkan dengan seniman laki-laki. Ajeng merasakan ada tantangan sendiri menjadi seorang seniman perempuan.

Gambaran budaya patriarki dapat terlihat dari konsep, proses, dan fungsi dari karya seni yang dipamerkan pada Jakarta Art Week 2019. Dian Suci Rahmawati dalam karyanya yang berjudul 'Mengeja Tubuh, Menyelami Ruh' menyimbolkan kain penutup sebagai hal yang sifatnya represif terhadap perempuan, yang salah satunya adalah patriarki. Patricia Untario membuat karya yang dipamerkannya di Jakarta Art Week 2019 dengan konsep bahwa perempuan dapat menentukan jalan hidupnya sendiri, tanpa harus mengikuti orang lain. Karya dari Patricia juga menampilkan lima orang perempuan dengan model rambut yang berbeda, melambangkan independensi bahwa perempuan bukanlah makhluk yang bergantung dengan aturan dari orang lain. Sedangkan Ajeng Martia Saputri menampilkan gambaran seseorang yang sedang bercermin, sebagai simbolisasi atas proses penerimaan diri dan cinta terhadap diri sendiri. Dalam karya Ajeng, ia menegaskan bahwa tidak ada unsur patriarki yang secara sadar ia buat dalam bentuk simbolisme apapun dalam karyanya, sehingga dapat disimpulkan bahwa karya ini hanya membicarakan tentang pengalaman personal Ajeng dalam menerima bentuk fisik dirinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Rokhmansyah, Alfian (2013) *Pengantar Gender dan Feminisme*, Yogyakarta: Garudhawaca.
- Natrotzky, Susana (1997) *New Directions In Economic Anthropology*, Illinois: Pluto Press.
- Hidayat, Rachmad, 2004, *Ilmu yang Seksis*. Yogyakarta: Jendela.
- Harper, Ida Husted, 2009, *The History of Woman Suffrage, Volume V*. Cornell University: Fowley & Wells.
- Kasiyan, 2007, *Tema Perempuan Dalam Representasi Seni Rupa Kontemporer Yogyakarta : Tinjauan Perspektif Gender*, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Winarno, Ira Adriati, 2007. *Mencari Perempuan Perupa Dunia*, Bandung: PPR ITB.

- Sapentri, Evan, 2017. *Male Gaze dan Pengaruhnya Terhadap Representasi Perempuan Dalam Lukisan : 'Realis Surrealis' Karya Zaenal Arifin*, Yogyakarta: Journal of Society's Arts
- Vianti, P. A., Endriawan, D., & Trihanondo, D. (2019). *Representasi Perempuan Dalam Karya Perupa Perempuan Pada Era Seni Rupa Kontemporer: Tinjauan Perspektif Gender*. (pp. 642-647). Bandung: Telkom University
- Affendi, Y. (1998). *Indonesian Heritage: Visual Art*. Jakarta: Didier Millet.

PROFIL SINGKAT



Aneira Khansa Anindya, lahir di Jakarta, 7 Agustus 2001. Saat ini sedang menempuh pendidikan Sarjana Seni di Institut Teknologi Bandung. Penulis dapat dihubungi melalui email: aneirakhansa@gmail.



Dr. Ira Adriati, M.Sn., Staf Pengajar FSRD ITB Aktif menulis buku dan berkarya. Beberapa buku yang sudah diterbitkan antara lain: *Perahu Sunda* (2005) *Mencari Perempuan Perupa Dunia* (2007), *Budaya Bahari Bira* (2021), *Perahu Biak* (2022). Dr. Ira Adriati, M.Sn. Staf Pengajar FSRD ITB Aktif menulis buku dan berkarya. Beberapa buku yang sudah diterbitkan antara lain: *Perahu Sunda* (2005) *Mencari Perempuan Perupa Dunia* (2007), *Budaya Bahari Bira* (2021), *Perahu Biak* (2022).

PERANCANGAN BUKU SAKU “YUK NAIK GUNUNG-PANDUAN DASAR MENDAKI GUNUNG” OLEH ASOSIASI OLAHRAGA PENDAKIAN GUNUNG INDONESIA (AOPGI)

Marcella Junior, Ayoeningsih Dyah Woelandhary
DKV Universitas Paramadina
Email : ayoeningsih.dyah@paramadina.ac.id

ABSTRAK

Mendaki gunung termasuk kedalam kegiatan olahraga *outdoor* dengan jenis berat, untuk aktivitas ini maka diperlukan sebuah panduan bagi para pelakunya, dan tidak semua orang mengetahui dan tergabung dalam sebuah komunitas. Berdasarkan masalah ini maka Asosiasi Olahraga Pendakian Gunung Indonesia (AOPGI) perlu mengeluarkan buku saku “*Yuk Naik Gunung! Panduan Dasar Mendaki Gunung*” yang ditujukan untuk pendaki gunung khususnya pemula. Buku ini adalah sebagai pedoman yang membantu para pendaki pemula dalam mempersiapkan pendakian gunung, persiapan jasmani dan mental. Penulisan dan perancangan menggunakan metode kualitatif, berkaitan dengan analisis atau pengolahan data dan bertujuan untuk memberikan informasi pada pendaki gunung khususnya pemula untuk mempersiapkan perjalanan mendaki gunung dengan ilustrasi dan keterangan yang mudah dipahami pembaca. Hasil dari perancangan ini memberikan dampak edukasi bagi para pemula dalam aktivitas pendakian gunung dengan informasi yang valid dan benar.

Kata Kunci: Buku Saku, Panduan Mendaki Gunung, Pemula

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai salah satu wilayah *Ring of Fire* memiliki 127 gunung api dan 69 diantaranya adalah gunung api aktif. Berdasarkan data dari Pusat Vulkanologi dan Mitigasi Bencana Geologi (sumber:

esdm.go.id) hal ini tidak membuat para pemula untuk mendaki gunung di Indonesia, hal tersebut ditandai dengan banyaknya organisasi kegiatan alam seperti Mahasiswa Pecinta Alam (MAPALA), Wanadri dan lainnya konsisten mengadakan kegiatan mendaki gunung. Aktivitas tersebut dilakukan tidak saja bersama organisasi, namun dilakukan pula dalam bentuk kelompok diluar organisasi.

Salah satu momentum animo masyarakat dalam kegiatan naik gunung sejak kehadiran film "5cm" pada 12 Desember 2012. Tidak lama setelah rilisnya film tersebut membuat pendakian gunung meledak khususnya Gunung Semeru. Peningkatan jumlah pendaki juga menjadi drastis hingga mencapai angka ribuan. Tercatat pada tahun 2019 sebanyak 1.200 wisatawan pendaki gunung dan didominasi dengan kawula muda (sumber: *travel.kompas.com*). Aktivitas pendakian gunung merupakan salah satu olahraga ekstrim atau berat, sehingga butuh perhatian khusus untuk pembekalan pada saat mendaki. Pembekalan tak hanya dari segi praktik, tetapi juga dari segi materi.

Salah satu contoh yang terjadi di Taman Nasional Gunung Rinjani dari tahun 2016-2020 jumlah persentase kecelakaan pada tahun 2020 sebesar 0.093% dan jenis kecelakaan yang sering dialami pada pendakian Gunung Rinjani adalah jatuh dan terkilir (sumber: *rinjaninationalpark.id*), hal ini memerlukan perhatian khusus bagi pihak pengelola ataupun pemerintah dalam menangani kasus ini, bahwa pendaki wajib mengetahui bagaimana cara mempersiapkan pendakian dan bertahan di daerah yang minim sinyal atau sulit komunikasi agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan dan bisa kembali dengan selamat.

Salah satu cara untuk mengatasi solusi tersebut adalah adanya buku saku untuk pendaki pemula yang memiliki informasi dan edukasi tentang persiapan yang cukup untuk mendaki gunung adalah melalui literasi. Buku saku memiliki ukuran yang kecil sehingga tidak memakan ruang terlalu banyak dan memudahkan pembaca untuk memahami isi dari buku tersebut. Perancangan *visual* dan bahasa yang mudah dipahami oleh remaja. Memasukan

informasi barang apa saja yang harus disiapkan, olahraga yang harus dilakukan sebelum mendaki gunung, dan bagaimana menjaga kelestarian di hutan dan gunung. Perancangan buku saku ini bekerjasama dengan pihak yang rutin mengadakan pendakian dan olahraga yaitu Asosiasi Olahraga Pendakian Gunung Indonesia.

Buku saku ini dinilai sangat penting untuk pendaki pemula mengingat banyaknya jumlah pendaki gunung yang mengalami kecelakaan akibat kurangnya informasi dan edukasi terhadap persiapan mendaki gunung. Diharapkan dengan adanya buku saku bisa mengurangi jumlah kecelakaan di gunung setiap tahunnya. Para pendaki juga memiliki informasi dan edukasi mengenai persiapan mendaki sehingga bisa lebih mempersiapkan pendakian gunung dengan aman dan nyaman.

Metode yang digunakan dalam perancangan buku saku ini adalah diawali dengan metode penelitian kualitatif, yang berkaitan dengan analisis atau pengolahan data, dan hasil data seperti observasi, *in-depth interview*, studi literatur, survei, dan *document review* yang dapat diperoleh dari narasumber atau informasi dari berbagai pihak yang sedang diteliti. Seluruh data tersebut akan diproses secara detail dengan teknik analisa data, dan dengan menggunakan seluruh data tersebut akan diproses secara detail dengan teknik analisa data untuk merancang elemen dalam proses perancangan buku saku yang dibuat agar jelas dan spesifik. Studi literatur digunakan untuk mencari sumber referensi, tinjauan teoritis tentang teori buku, teori *layout*, teori *grid*, teori warna, teori fotografi serta beberapa teori yang berkaitan dengan penulisan. Media fotografi dan ilustrasi digunakan pada perancangan karya, agar dapat sesuai pada sasaran dan segmen yang dituju.

Analisa dan Pembahasan

Anatomi buku diurai dalam (Iyan Wb, 2007: 15) dituliskan bahwa sejumlah buku memilah teksnya menjadi beberapa bagian, kemudian, bagian tersebut dipilah lagi menjadi beberapa bab. Pemilahan teks tersebut dinamakan bagian buku. Bagian buku tidak

hanya memuat nomor bagian, tetapi juga disertai judul bagian. Bahkan, terdapat buku yang mencantumkan ringkasan pembahasan dari seluruh bab. Pada bagian buku dapat ditambahkan ilustrasi dan foto sebagai penunjang, dan dari aspek fungsi, sebuah buku memiliki kegunaan sebagai :

1. Sarana untuk menyampaikan gagasan penulis kepada pembaca secara efektif.
2. Materi yang dibahas dan disampaikan buku dapat memberi manfaat pembacanya.
3. Isi buku yang ditampilkan berusaha menarik dan memikat pembaca sehingga menghadirkan kesan tersendiri bagi pembacanya.

Menurut Cheerlle Najjah, SCRIBD (2016:2) tahapan dalam merancang buku saku ada lima, yaitu:

1. Peletakan apa saja yang harus dijabarkan.
2. Urutan setiap bab atau sub bab.
3. Gunakan bahasa yang mudah dipahami.
4. Gunakan kalimat yang lugas, tegas, dan efektif.
5. Berikan ilustrasi (sangat direkomendasikan jika pembaca tidak memiliki gambaran).

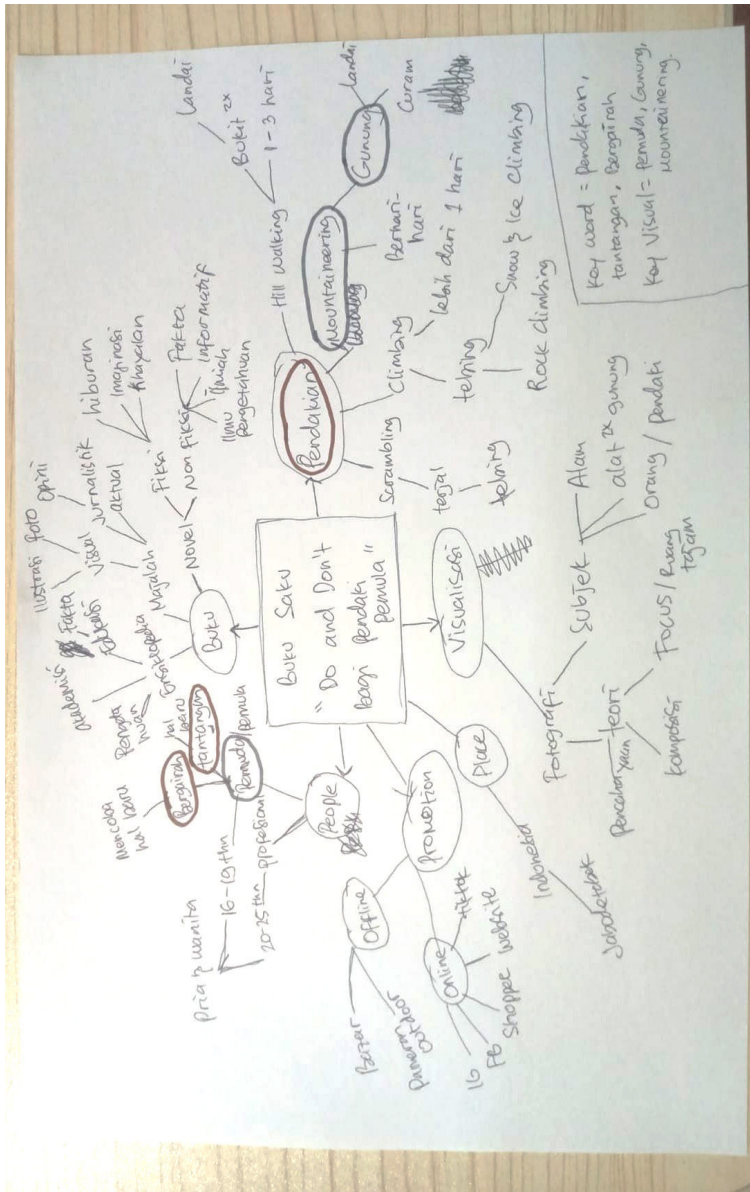
Maka dengan adanya buku saku, khususnya bagi pendaki mereka diharapkan langsung mendapatkan informasi mengenai persiapan mendaki gunung. Menjadi acuan bagi para pendaki pemula sehingga tidak ada lagi pendaki yang mengalami kesulitan pada saat mempersiapkan pendakian gunung. Buku saku yang akan dirancang berukuran A6 dengan lebar 10.5cm dan panjang 14.5 cm. Bahan yang digunakan adalah *matte paper* dengan cover berbahan *art cartoon* sehingga buku yang dihasilkan ringan sehingga menyulitkan pembaca.

Dalam perancangan buku saku pendakian gunung, akan menggunakan layout *balance* atau keseimbangan agar teks dan gambar memiliki porsi yang sama sehingga menghasilkan layout

yang rapih dan bersih. Tetapi tidak menutup kemungkinan akan menerapkan prinsip-prinsip yang lain seperti *sequence* (urutan), *emphasis* (tekanan), dan *unity* (kesatuan) sehingga buku yang dirancang menjadi rapih dan baik antara elemen teks dan gambar. *Layout* membuat terlihat lebih rapih dan fleksibel hal ini memudahkan pembaca memahami isi dari buku tersebut. Penempatan elemen teks dan gambar akan disesuaikan dengan *layout*. *Layout* yang fleksibel juga membebaskan penulis dalam mengisi semua kolom dalam buku saku.

Proses Perancangan Karya

Strategi kreatif diperlukan saat merancang buku saku panduan gunung. Strategi kreatif dimulai dengan membuat *mind mapping* untuk menentukan *key word*, konsep kreatif, konsep *visual*, dan konsep *verbal* yang nantinya akan digunakan untuk merancang buku saku pendakian gunung.

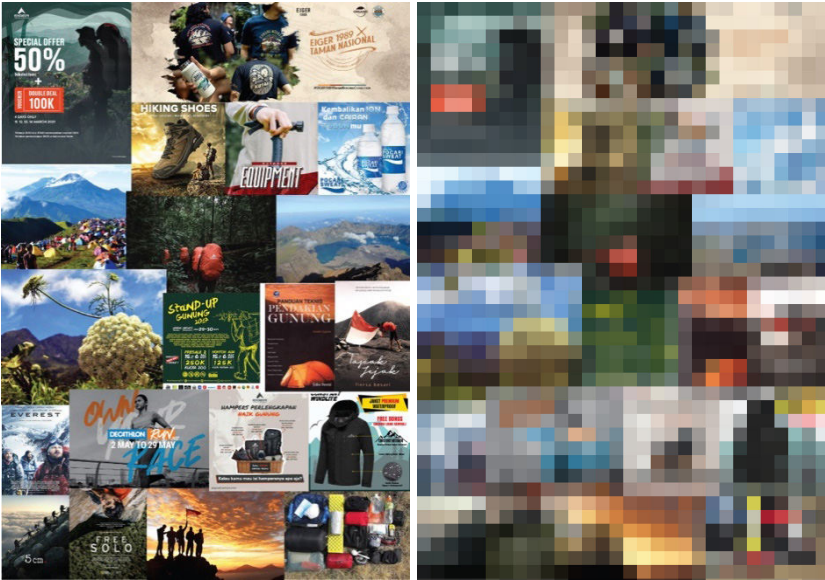


Gambar 1. Mind mapping
 Sumber: Dokumentasi pribadi

Dari hasil *mind mapping* ditemukan tiga *key word* dan tiga *key visual*. *Key word* yang ditemukan adalah pendakian, tantangan, bergairah. Untuk *key visual* adalah pemuda, *mountaineering*, gunung. Kelompok sasaran utama atau kelompok sasaran panduan mendaki gunung adalah laki-laki dan perempuan yang menyukai mendaki gunung, berjiwa petualang, dan menyukai kegiatan outdoor dengan usia 16 – 19 tahun dan SES B-A. Dalam perancangan buku saku “Yuk Naik Gunung! Panduan Dasar Mendaki Gunung” untuk panduan persiapan mendaki dilengkapi fotografi untuk membantu pendaki pemula mengetahui bentuk persiapan.

Konsep verbal yang digunakan dalam perancangan buku saku “Yuk Naik Gunung! Panduan Dasar Mendaki Gunung” diurai sebagai berikut : *Headline* : judul buku saku pendakian gunung adalah ‘Yuk Naik Gunung!’. Pada bagian *headline* ini berisi judul dari buku untuk menimbulkan *attention* dan rasa ingin tahu pada buku ini. *Sub-Headline* : bagian ini diisi dengan kalimat pendek penjelas buku yaitu ‘Panduan Dasar Mendaki Gunung’ dengan ukuran huruf lebih kecil dari *headline*. Selain itu, pada media *poster* dan *e-poster* juga menggunakan *sub-headline* yang berisi kalimat promo untuk menarik *audiens* dan memberikan rasa *desire*. *Body Text* : *body text* berisi penjelasan isi buku dengan ukuran lebih kecil dari *sub-headline*. Pada perancangan media *poster* dan *e-poster*, *body text* berisi penjelasan lengkap seperti waktu, tempat, serta syarat dan ketentuan acara.

Konsep *visual* perancangan buku saku, dilakukan visualisasi dengan menyusun *moodboard* berisi rangkaian produk yang disukai target seperti di bawah ini:



Gambar 2. Moodboard Pixelate
 Sumber : Tim penulis, 2022

Pantone C: 33 R: 171 M: 11 G: 199 Y: 24 B: 193 K: 0 HEX: #abc7c1	Pantone C: 52 R: 122 M: 38 G: 127 Y: 72 B: 88 K: 14 HEX: #7a7f58	Pantone C: 52 R: 122 M: 38 G: 127 Y: 72 B: 88 K: 14 HEX: #7a7f58	Pantone C: 39 R: 154 M: 38 G: 136 Y: 93 B: 58 K: 10 HEX: #9a883a	Pantone C: 81 R: 40 M: 52 G: 72 Y: 63 B: 68 K: 44 HEX: #284844
Pantone C: 33 R: 171 M: 11 G: 199 Y: 24 B: 193 K: 0 HEX: #abc7c1	Pantone C: 61 R: 101 M: 33 G: 149 Y: 1 B: 203 K: 0 HEX: #6595cb	Pantone C: 61 R: 101 M: 33 G: 149 Y: 1 B: 203 K: 0 HEX: #6595cb	Pantone C: 22 R: 208 M: 10 G: 203 Y: 86 B: 75 K: 0 HEX: #d0cb4b	Pantone C: 61 R: 101 M: 33 G: 149 Y: 1 B: 203 K: 0 HEX: #6595cb
Pantone C: 75 R: 23 M: 67 G: 25 Y: 64 B: 26 K: 78 HEX: #17191a	Pantone C: 81 R: 58 M: 46 G: 115 Y: 34 B: 138 K: 8 HEX: #3a738a	Pantone C: 81 R: 58 M: 46 G: 115 Y: 34 B: 138 K: 8 HEX: #3a738a	Pantone C: 81 R: 58 M: 46 G: 115 Y: 34 B: 138 K: 8 HEX: #3a738a	Pantone C: 24 R: 166 M: 100 G: 30 Y: 84 B: 49 K: 17 HEX: #a61e31

Gambar 3. Colour Scheme
 Sumber : Tim penulis, 2022

Typeface ini akan digunakan sebagai judul buku, isi buku, dan beberapa judul bab dan sub bab. *Typeface* ini didesain oleh Hanoded. *Liquid Embrace* ini hanya memiliki 1 *font style*. Dipilihnya *typeface* ini adalah bentuknya yang unik dengan goresan kuas sehingga memiliki kesan yang berani dan tajam, cocok dengan key word dari perancangan buku saku ini. *Typeface* kedua yang digunakan adalah *Helvetica* yang di desain oleh Max Miedinger dan Eduard Hoffmann. Kategori *Typeface* ini adalah sans-serif dengan *family* reguler, oblique, bold, bold oblique. *Typeface* ini digunakan untuk isi dari informasi buku, *poster*, dan *e-poster*. Keterbacaannya juga jelas untuk dilihat.

LIQUID EMBRACE

REGULAR

```

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
! @ # $ % ^ & * ( ) + = [ ] ; ' ,
. / : " < > ? ` ~
| \ : " < > ? ` ~

```

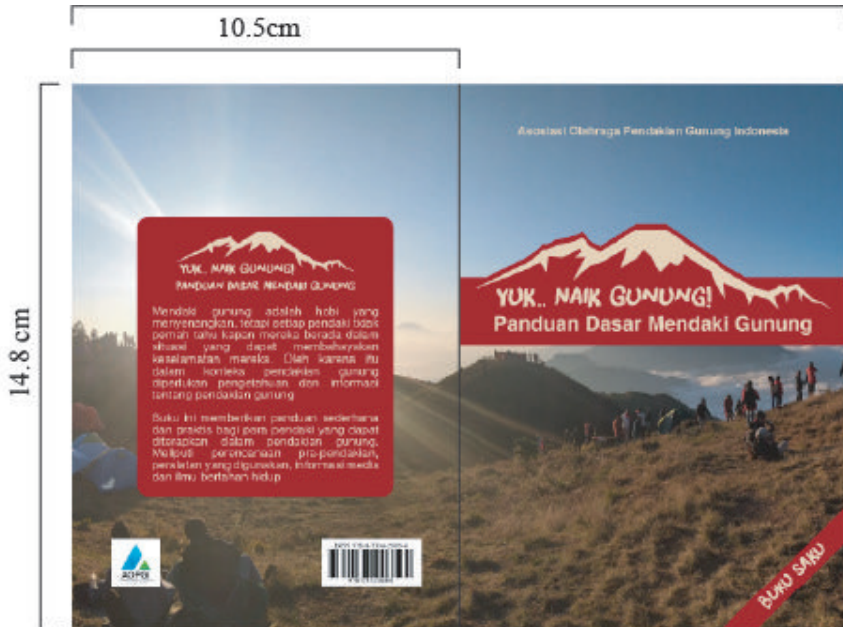
Gambar 4. *Typeface* Liquid Embrace
Sumber : Istimewa

Helvetica

Regular	Oblique	Bold	Bold Oblique
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () + = [] ; ' , / : " < > ? ` ~	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () + = [] ; ' , / : " < > ? ` ~	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () + = [] ; ' , / : " < > ? ` ~	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () + = [] ; ' , / : " < > ? ` ~

Gambar 5. *Typeface* Helvetica
Sumber : Istimewa

Buku saku pendakian gunung dirancang dengan memiliki dimensi ukuran serta jumlah halaman sebagai berikut: Dimensi Tertutup : 10.5 cm x 14.8 cm, Dimensi Terbuka : 21 cm x 14.8 cm, Jumlah Halaman : 40 halaman. Dengan ukuran 10.5 cm x 14.8 cm, buku akan berbentuk persegi panjang dengan 20 halaman termasuk sampul depan dan sampul belakang. Jenis kertas yang digunakan adalah *matte paper* dengan gramatur 150 gsm.



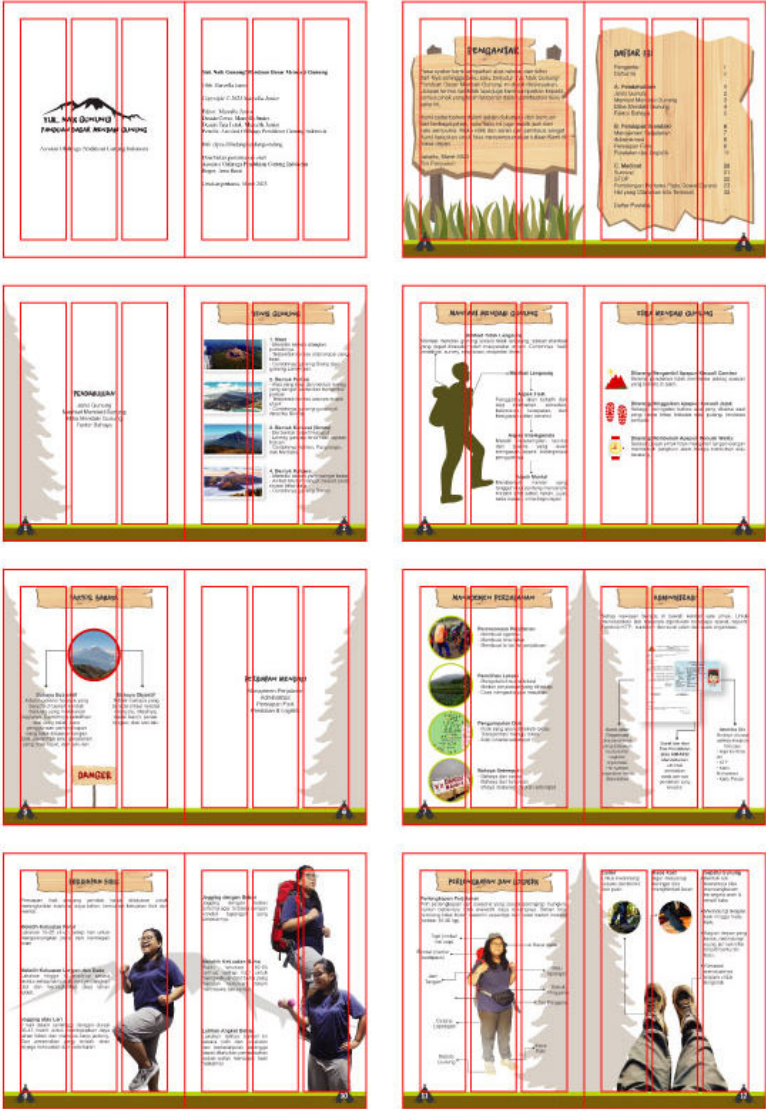
Gambar 6. Dimensi Buku
Sumber : Tim Penulis, 2022

Elemen estetis desain buku saku ini berasal dari beberapa elemen yang akan ada di cover buku. Gambar menunjukkan pemandangan dari puncak gunung Prau dan terlihat gunung Sumbing, Slamet, dan Sindoro. Unsur estetis ini dipilih berdasarkan salah satu gambaran esensial dari proses *mind mapping* yaitu "gunung".

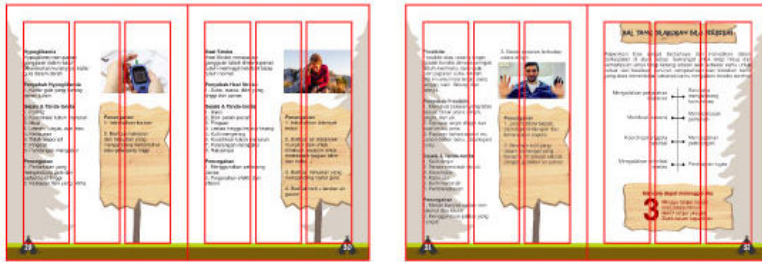


Gambar 7. Elemen Estetis pada buku
Sumber : Tim Penulis, 2022

Layout Buku diterapkan menggunakan *software* Adobe Indesign berdasarkan susunan bab yang dibuat. *Software* ini bekerja sedemikian rupa sehingga layout teks buku rapi. Mempersiapkan tata letak teks dimulai dari kiri ke kanan.

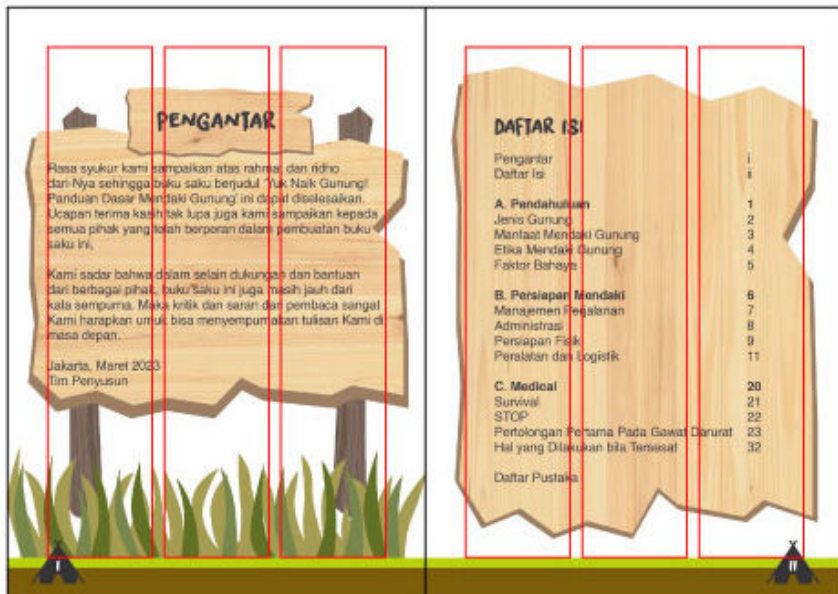


Gambar 8. Layout pada buku bagian awal
 Sumber : Tim Penulis, 2022



DAFTAR PUSTAKA	
Prinsip	1. Prinsip-prinsip dasar...
Survei Lapangan	1. Survei lapangan...
Penelitian	1. Penelitian...
Keputusan	1. Keputusan...
Revisi	1. Revisi...

Gambar 9. Layout pada buku bagian isi
Sumber : Tim Penulis, 2022



Gambar 10. Layout buku bagian pengantar
Sumber: Tim Penulis, 2022

Bahan pembuatan buku saku ini adalah digital printing untuk efisiensi dan edisi 200 eksemplar atau dalam skala kecil. Untuk 1 buku, membutuhkan 6 *matte paper* dengan ketebalan 150 gsm berukuran A3, dan juga 1 art carton dengan ketebalan 260 gsm berukuran A3 yang dicetak untuk bagian *cover* dan hasil laminasinya *doff*. Pemilihan material yang digunakan karena karena kertas yang tipis karena ukurannya yang kecil. Proses penjiilidan buku saku pendakian gunung menggunakan teknik jilid *soft cover*, dengan cara menyatukan halaman buku yang akan dijilid dengan lem panas. Hal ini dinilai karena teknik ini cocok dengan ketebalan buku yang dihasilkan. Selain itu, kertas sampul juga dipilih karena tidak terlalu tebal sehingga buku terasa tidak berat di tangan.

Setelah media yang digunakan untuk media informasi ditentukan, langkah selanjutnya adalah menentukan penempatan media yang akan digunakan.



Gambar 11. Simulasi display buku pada pameran
Sumber: Tim Penulis, 2022

Kesimpulan dan Saran

Buku saku ini adalah penting untuk mengetahui informasi dan mengedukasi tentang pendakian gunung sebelum melakukan

pendakian agar dapat mempersiapkan diri dan tetap aman dalam perjalanan. Salah satu media yang masih banyak digunakan adalah buku-buku yang diterbitkan dalam bentuk fisik atau *e-book* sebagai media pendidikan dan buku ini juga merupakan pendamping latihan yang baik bagi para pendaki pemula yang baru mengenal olahraga berat ini. Selain itu, buku mendaki gunung yang beredar di pasaran juga tidak banyak, apalagi yang berukuran saku, sehingga buku ini memiliki nilai tambah. Saran, melalui beberapa metode dapat digunakan dalam perancangan buku saku ini untuk memberikan beberapa saran guna menambah jumlah buku-buku tentang pendakian gunung yang mudah dipahami dan menarik. Misalnya berupa buku saku yang bentuknya kecil dan mudah dipahami maknanya. Selain itu, buku saku pendakian gunung dapat digunakan sebagai sarana informasi bagi para pendaki gunung khususnya pemula agar terhindar dari bahaya yang mengancam keselamatan. Dan melewati buku ini bisa memberikan *awarness* terkait pentingnya mempersiapkan diri sebelum mendaki gunung. Karena masalah kecelakaan yang terjadi di gunung bukan hanya menjadi persoalan pengelola, tetapi harus menjadi keprihatinan seluruh masyarakat dimanapun terhadap persiapan mendaki akibat kurangnya informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Hendri. (2008). *Panduan Teknis Pendakian Gunung*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Anggraini, Lia. Nathalia, Kirana. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa
- Dharsito, Wahyu. (2014). *Basic Lighting for Photography: Teknik Dasar Mengendalikan Pencahayaan*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Haslam, Andrew. (2006). *Book Design*. London: Laurence King
- Hendrawan, Angga. (2020). *Berdesain: Teori dan Praktik Desain*. Thailand: Booksmango
- Karyadi, Bambang. (2017). *Fotografi: Belajar Fotografi*. Bogor: Nahamel Media
- Kusnadi. (2018). *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher

- Muadz. (2022). *Membingkai Momen dengan Kamera: Dasar Fotografi untuk Mahasiswa Ilmu Komunikasi*. Surakarta: UNISRI Press
- Nugroho, Yulius Widi. (2020). *Khazanah Fotografi & Desain Grafis*. Yogyakarta: Deepublisher
- Rustan, Surianto. (2010). *LAYOUT, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sastha, Harley Bayu. (2007). *Mountain Climbing for Everybody*. Jawa Barat: Hikmah
- Setiadi, Teguh. (2017). *Dasar Fotografi - Cara Cepat Memahami Fotografi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sihombing, Danton. (2001). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Swasty, Wirania. (2017). *Serba Serbi Warna: Penerapan Pada Desain*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Wb, Iyan. (2007). *Anatomi Buku*. Bandung: Kolbu.
- Wijaya, Harry. Wijaya, Christian. (2011). *Rekam Jejak Pendakian ke 44 Gunung di Nusantara*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Class. Master. (2021). *Flat Design Explained: 4 Characteristics of Flat Design*: <https://www.masterclass.com/articles/flat-design-explained#621ZgYHjKnb1aVXxbFZwk>
- Indonesia, Magma. (2021). *Tipe Gunung Api Di Indonesia*: <https://magma.esdm.go.id/v1/edukasi/tipe-gunung-api-di-indonesia-a-b-dan-c#:~:text=Indonesia%20memiliki%20jumlah%20gunungapi%20aktif,aktif%20yang%20dipantau%20oleh%20PVMBG>
- May, Tom. (2021). *The Beginner's Guide to Flat Design*: <https://www.creativebloq.com/graphic-design/what-flat-design-3132112>
- Ramadhian, Nabila. (2021). *Minat Pendakian Gunung Naik Tiap Tahun, Rata-rata Anak Muda*: <https://travel.kompas.com/read/2021/01/20/192000227/minat-pendakian-gunung-naik-tiap-tahun-rata-rata-anak-muda-?page=all>
- Wanadri. <https://www.wanadri.or.id/>.
- Yan. (2021). *Rekapitulasi Kecelakaan dan Evakuasi Pengunjung 2016 sd 2020*: <https://www.rinjaninationalpark.id/detail/rekapitulasi-kecelakaan-dan-evakuasi-pengunjung-2016-sd-2020>

DIVERSIFIKASI PRODUK TEKSTIL KARAWO MELALUI *SURFACE DESIGN* DENGAN MENERAPKAN VARIASI TEKNIK SULAM DASAR

Hasdiana¹, Ulin Naini²

Dosen Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri
Gorontalo

has_diana@ung.ac.id/ulinnaini@ung.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia adalah Negara kepulauan (Sunaryo, T., 2019;97), mempunyai banyak jenis ragam kebudayaan yang menjadi identitas tiap-tiap daerah. Ragam budaya sebagai sumber daya inilah maka Indonesia punya peluang besar dalam industri kreatif. Sebagai negeri yang multi-kultur praktis kita punya begitu banyak kain adati yang berasal dari setiap kultur yang tersebar di seluruh penjuru Nusantara. Kain Nusantara dipandang bernilai tinggi karena proses pengerjaan secara manual yang rumit. Setiap daerah di Indonesia memiliki keunikannya masing-masing kain tradisional yang tidak dimiliki negara lain (Hasdiana, 2019;327)

Begitupun pada karawo sebagai kain hasil kerajinan masyarakat Gorontalo, Secara keseluruhan teknik pembuatan sulaman karawo, mulai dari pembuatan motif, pengirisan, pencabutan benang sampai penyulaman masih dilakukan secara manual. Karawo adalah kerajinan yang dibuat bukan untuk produk massal atau hasil konveksi, sehingga mempunyai ciri dan keunikan karena dibuat secara khusus dengan lebih memperhatikan secara detail komposisi, ragam hias dan pola hias yang digunakan. Juga adanya keseimbangan dan keselarasan motif dan bahan dengan lebih memperhatikan warna, bentuk dan ukuran sehingga karawo termasuk dalam golongan *high fashion*.

Pada awalnya hasil sulaman karawo hanya dalam bentuk kecil dan sederhana dengan corak yang sewarna. Namun seiring dengan perkembangan zaman, mendorong para pengrajin usaha karawo untuk menghasilkan hasil sulaman kain karawo sebagai bahan pakaian siap jahit khususnya untuk busana perempuan dengan berbagai variasi bahan tekstil. Karawo merupakan salah satu budaya lokal Gorontalo adalah yang sudah sejak lama menjadi produk kerajinan unggulan di Gorontalo dan banyak berdistribusi bagi pengembangan kerajinan tradisional. Karawo merupakan komoditas yang potensial untuk dikembangkan. Berdasarkan penelitian Bank Indonesia mengenai baseline economic survei (BLS), teridentifikasi sulaman karawo sebagai salah satu komoditas unggulan provinsi Gorontalo. Identifikasi Potensi dan Profil Klaster Komoditas Unggulan di Provinsi Gorontalo menunjukkan bahwa sulaman karawo sebagai salah satu komoditas yang potensial dikembangkan. Berbagai inovasi kreatif juga terus berkembang, dimana hasil sulaman karawo juga telah ditemui dalam bentuk yang lebih siap pakai.

Apabila karawo digarap dengan sentuhan kreatif, yaitu menambah keragaman karawo melalui reka permukaan (surface design) atau desain permukaan dengan menerapkan lebih banyak variasi teknik sulam dasar pada pembuatan karawo maka karawo akan mempunyai nilai tambah karena memiliki penampilan baru dan berbeda dari karawo yang sudah ada sebelumnya, sehingga dapat meningkatkan nilai jualnya dipasaran. Hal ini dapat menjadi fase baru dalam perkembangan karawo di Gorontalo. Padahal untuk menambahkan nilai baru pada karawo. Selain masalah penampilan yang monoton, varian produk hasil jadi karawo juga masih berorientasi pada pembuatan produk sandang dan belum menyentuh kebutuhan untuk *home decor*. Padahal peluang pengadaan produk ini bisa dimanfaatkan untuk menambah volume penjualan *karawo* ditengah persaingan usaha yang begitu kompetitif.

PEMBAHASAN

Surface design adalah pada prinsipnya adalah menerapkan perlakuan teknik desain pada permukaan kain setelah kain terbentuk. Banyak teori para ahli yang mencoba menerangkan tentang klasifikasi desain permukaan (*Surface design*) tekstil. Menurut Budiyono, dkk (2008:14) bahwa *Surface design* adalah desain yang ditujukan untuk memperkaya corak permukaan kain. Karawo salah satu upaya untuk memperkaya permukaan kain karena karawo dibuat diatas permukaan kain yang sudah jadi. Tapi upaya untuk menghias permukaan kain sebenarnya ada banyak cara salah satunya adalah dengan mengaplikasikan teknik sulam dasar.

Ada dua hal yang menjadi dasar dari desain tekstil yakni *structure design* dan *surface design*, diasumsikan bahwa *surface design* merupakan suatu upaya teknik desain ornamental pada tekstil yang lebih menekankan pada upaya pemberian nilai-nilai keindahan pada kain yang telah jadi. (Marlianti, 2017;2). Dalam penelitian ini *surface design* dilakukan pada bagan karawo dengan menambahkan ornamen pada permukaan bahan yang telah di karawo berupa variasi sulaman dasar.

Menghias kain merupakan langkah memberikan sentuhan hiasan pada media kain atau sejenisnya agar lebih indah dan menarik. Menghias kain bisa menggunakan bermacam-macam teknik yang secara garis besar bisa menggunakan teknik sulam dan teknik bordir. Teknik sulam adalah teknik menghias kain yang dikerjakan dengan tangan (manual), yang lebih populer dengan sebutan menyulam.

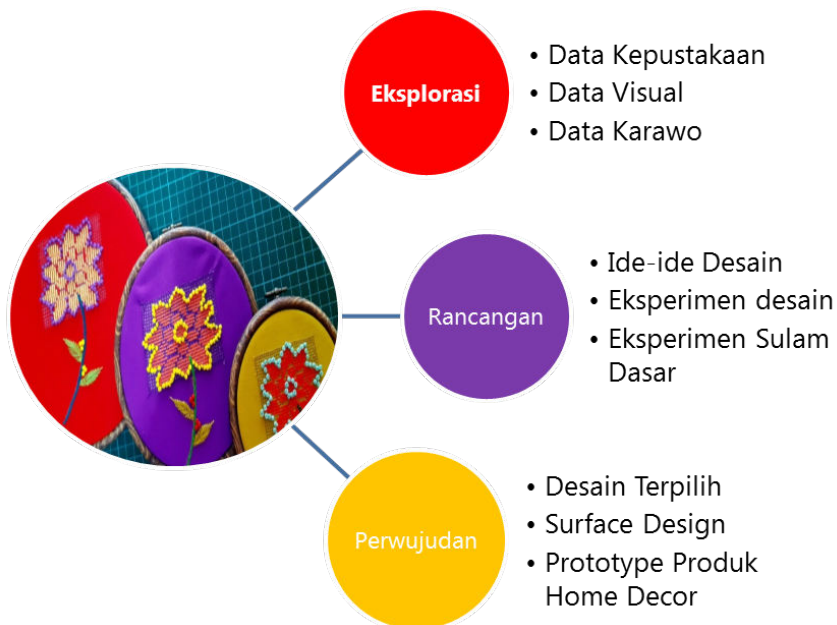
Menghias kain dengan teknik sulam ada bermacam-macam bahan hiasnya, yakni:

1. Sulam benang, yaitu kain yang disulam dengan benang hias atau benang sulam;
2. Sulam payet, yaitu kain yang disulam dengan payet/mote; dan
3. Sulam pita, yaitu kain yang disulam dengan pita kain.

Untuk sulam benang lebih dikenal dengan istilah sulam saja, Sedangkan untuk sulam pita dan sulam payet digunakan nama sesuai bahan hiasnya. Beberapa Teknik Sulam Dasar :Tusuk Jelujur, Tusuk Feston, Tusuk Flanel, Tusuk Batang, Tusuk Pipih, Tusuk Silang, Tusuk Rantai, Tusuk Tikam Jejak, Tusuk Tulang Ikan, Tusuk Piquar, Tusuk Kepala Peniti, Dan lain-lain.

Tahapan yang akan dilakukan pada penciptaan ini adalah:

1. Tahap eksplorasi : Dilakukan identifikasi berbagai sumber desain dan kemudian diwujudkan dalam pembuatan desain karawo sebagai manifestasi karya *Surface Design* dengan rancangan menyesuaikan penerapan variasi jenis sulam dasar.
2. Tahap perancangan : Merealisasikan desain ke dalam prototype produk hingga terwujudnya beberapa hasil surface design pada bahan karawo dengan menerapkan beberapa variasi teknik sulam dasar.
3. Tahap perwujudan : Merancang jenis produk home decor sebagai manifestasi karya.



Gambar 1. Bagan Tahap Penciptaan

Apa yang penulis manifestasikan ke dalam rancangan karya kerajinan saat ini, lebih dititikberatkan pada momentum memulai babak baru penciptaan karawo yang dikombinasi dengan tusuk dasar sulaman. Gagasan-gagasan yang muncul pada penciptaan karya ini berasal dari stimulasi fenomena yang ada dimana hasil sulaman karawo juga telah ditemui dalam bentuk yang lebih siap pakai, namun proses pembuatan karawo yang dilakukan secara turun-temurun terus berlangsung hingga sekarang tanpa mengalami perkembangan pada teknik pengerjaan sehingga tampilan karawo hanya terbatas pada karawo yang dihasilkan dengan menggunakan dua macam jenis karawo saja sesuai dengan jenis sulamannya yaitu karawo manila dan karawo ikat. Momentum ini, sekaligus menjawab persoalan bagaimana menambahkan nilai baru pada aspek reka permukaan (*surface design*) karawo masih besar peluang dengan menerapkan macam-macam variasi teknik sulam dasar. Selain masalah penampilan yang monoton, varian produk hasil jadi karawo juga masih berorientasi pada pembuatan produk sandang dan belum menyentuh kebutuhan untuk *home decor*. Padahal peluang pengadaan produk ini bisa dimanfaatkan untuk menambah volume penjualan *karawo* ditengah persaingan usaha yang begitu kompetitif.

1. Tahap Eksplorasi

Pada tahap awal, dilakukan pemikiran-pemikiran tentang apa saja yang harus dipersiapkan, wujud seperti apa yang harus dibuat, dan bagaimana cara untuk merealisasikannya. Untuk memperoleh semua gambaran itu, maka dilakukan observasi-observasi baik melalui studi pustaka, dokumentasi, kunjungan ke pameran, galeri seni atau melauai pencarian data-data pendukung lain yang relevan.

Setelah data-data yang dibutuhkan dianggap cukup memadai, maka dilakukanlah suatu kajian-kajian, telaah pustaka dari beberapa sumber, dan pertimbangan-pertimbangan untuk menentukan gagasan mana yang paling mungkin untuk diwujudkan dalam karya seni ini sesuai dengan ide penciptaan. Dalam dunia modern sekarang ini, terdapat suatu hal yang menjadi kata kunci, yakni

kebaruan. Istilah kebaruan seolah-olah menjadi satu hal yang terus mendatangi kita, mulai dari yang bersifat teori hingga produk-produk artefak (Masri, 2011:20).

2. Tahap Perancangan

Setelah penentuan gagasan penelitian yang telah ditetapkan berdasarkan beberapa pertimbangan maka pada tahap perancangan dibuatlah beberapa karya desain motif.

Proses perancangan tidak bisa sekali jadi, melainkan melalui beberapa tahapan proses. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa karakteristik yang berbeda-beda dari masing-masing motif yang akan di sulam sehingga jenis sulaman tusuk dasar harus menyesuaikan dengan karakteristik produk home décor yang akan dibuat tersebut

Proses Visualisasi Produk *Home Decor*



Gambar 2. Proses Visualisasi Karya Home Decor

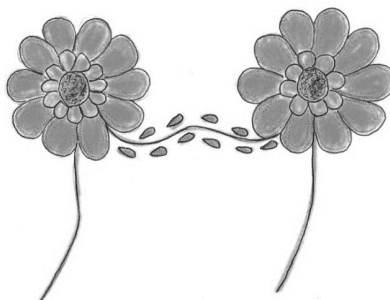
Setelah penentuan gagasan penelitian yang telah ditetapkan berdasarkan beberapa pertimbangan maka pada tahap perancangan dibuatlah beberapa karya desain motif.

Proses perancangan tidak bisa sekali jadi, melainkan melalui beberapa tahapan proses. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa karakteristik yang berbeda-beda dari masing-masing motif yang akan di sulam sehingga jenis sulaman tusuk dasar harus menyesuaikan dengan karakteristik produk home décor yang akan dibuat tersebut

Desain Motif

Pembuatan sketsa, untuk selanjutnya dipilih sketsa yang terbaik untuk diwujudkan menjadi karya. Berikut bentuk dan jenis desain rancangan desain motif yang akan diwujudkan dalam pembuatan home decor.

Desain motif yang dijadikan sumber ide dalam pembuatan home décor ini adalah desain yang memanfaatkan bentuk asli sunthi yaitu bunga seruni, ukuran dan jumlah motif dapat disesuaikan sesuai kebutuhan, tetapi untuk motif home décor ini menggunakan dua bunga seruni yang berukuran sekitar 2 x 5 centimeter. Motif bunga seruni yang digunakan adalah ragam hias kreatif yang merupakan hasil luaran penelitian hibah strategis nasional tahun 2013 yang didapatkan oleh penulis.



Gambar 3. Skesta Motif Seruni

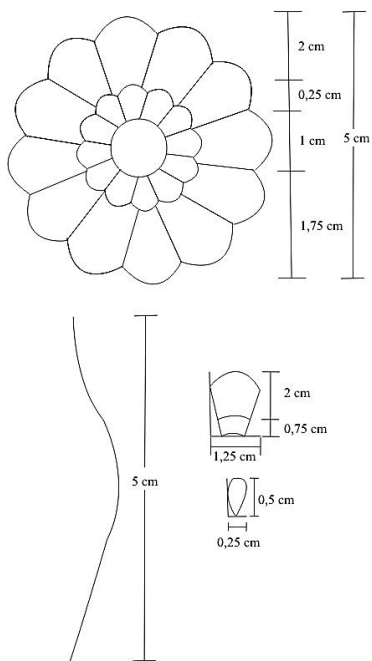
Sunthi yang menggunakan bunga seruni adalah merupakan hiasan kepala berupa tangkai-tangkai seruni yang disematkan ke sanggul rambut pengantin tradisional perempuan pada hari pernikahannya. Bunga seruni mempunyai ukuran daun yang lumayan besar tapi pada motif ini ukuran motif daun yang dipasangkan pada motif bunga seruni ukurannya kecil dengan tujuan agar motif sunthi tidak terlalu kelihatan berat, ditambah dengan garis ranting yang dibuat dalam dua variasi garis yaitu vertikal untuk member kesan meninggikan dan diagonal diagonal untuk member kesan dinamis.

Motif Seruni



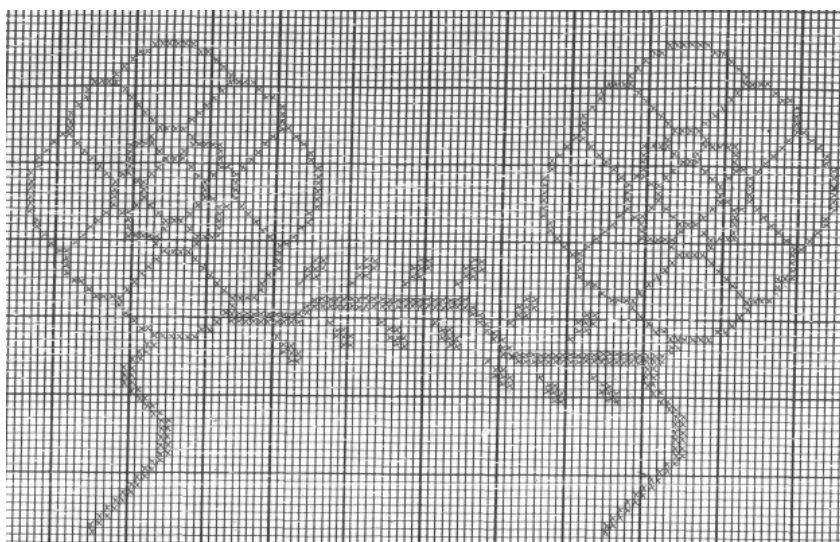
Gambar 4. Desain Sajian Motif Seruni

Sunthi adalah hiasan kepala berbentuk bunga seruni yang disematkan disanggul bagian belakang. jumlah sunthi yang dipakai menunjukkan status sosial si pemakai. untuk ratu dan permaisuri memakai tujuh tangkai sunthi, puteri kerajaan yang sudah menikah memakai lima tangkai sunthi, dan untuk putri yang belum menikah memakai tiga tangkai sunthi.



SKALA 1:2

Gambar 5. Gambar Kerja Motif Seruni



Gambar 6. Pola Karawo Motif Seruni

Penentuan Bahan dan Alat

Setelah penentuan desain terpilih, maka selanjutnya menentukan bahan-bahan utama serta bahan pembantu untuk merealisasikan karya home decor sesuai dengan yang telah dirancang dalam sketsa terpilih, penentuan bahan dan alat-alat yang digunakan sesuai dengan yang representasi sketsa yang akan diwujudkan menjadi karya.

Adapun bahan-bahan yang dibutuhkan sebagai berikut:

- a. Kain
- b. Pembedangan
- c. Silet
- d. Kain Tricot
- e. Benang Jahit
- f. Benang Sulam
- g. Jarum Tangan
- h. Karton Bekas

Bahan yang digunakan dalam karya ini dapat dilihat berikut:



Gambar 7. Kain



Gambar 8. Benang

Sedangkan alat-alat yang dibutuhkan adalah:

- a. Gunting Kain
- b. Jarum Pentul
- c. Jarum Tangan
- d. Pendedel
- e. Mistar Pola
- f. Centimeter
- g. Setrika



Gambar 9. Alat yang dibutuhkan

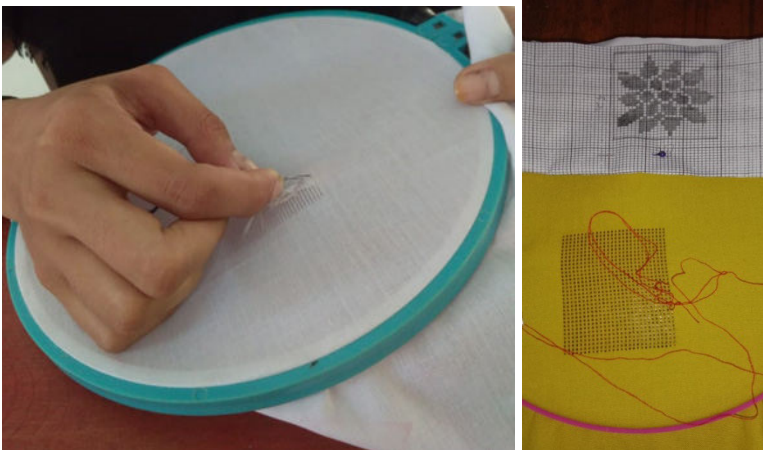
3. Tahap Perwujudan

Ada beberapa tahapan proses untuk merealisasikan penciptaan home decor ini. Untuk memvisualisasikan ide dan gagasan yang telah dituangkan dalam karya ini, digunakan teknik sulam sesuai dengan media kain dan jenis motif yang dipilih.

Sebagai gambaran dari manifestasi karya pada tahap perwujudan dapat di lihat dari ilustrasi berikut:

Proses Karawo

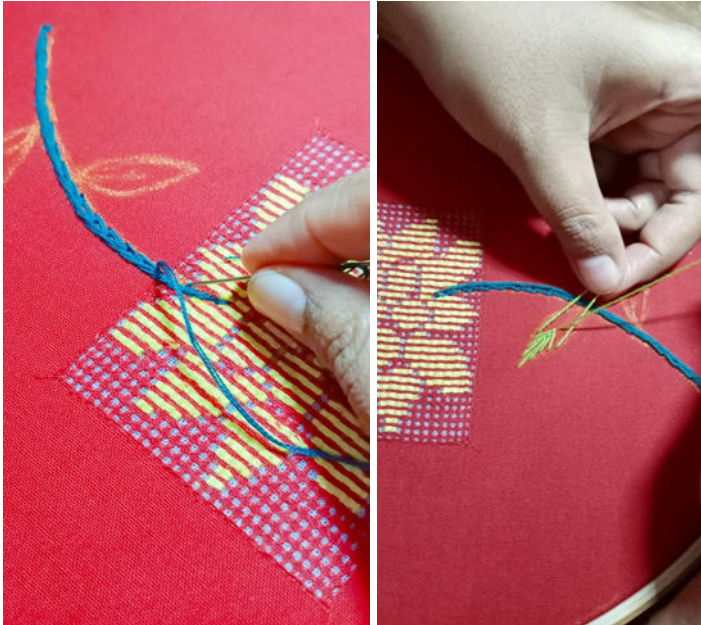
Pada tahapan ini didahului dengan melakukan penciplakan pola karawo pada bahan utama untuk mengetahui letak karawo sesuai dengan masing masing rancangan kemudian dilakukan tahap pengirisan pada bahan sesuai dengan besar motif, dilanjutkan pada tahap pencabutan benang lalu dilanjutkan dengan tahap penyulaman atau pegisian benang sesuai dengan warna yang telah ditentukan sebelumnya serta diakhiri dengan tahap merapikan lubang pada kain yang tidak diisi dengan motif.



Gambar 10. Proses Pengirisan, Pencabutan serat dan Proses Sulam

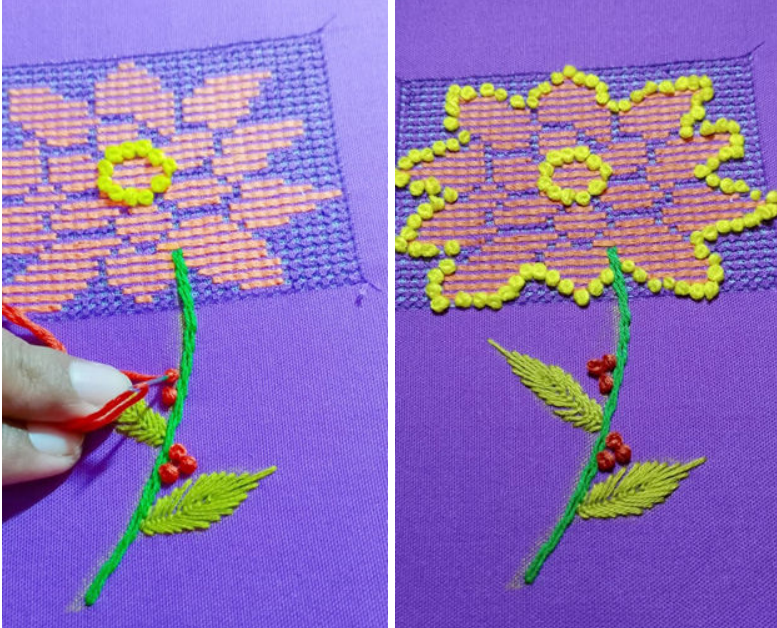
Proses Sulam Tusuk Dasar

Setelah proses karawo dilakukan, maka untuk merealisasikan produk home decor sesuai dengan sumber-sumber ide yang telah ditentukan sebelumnya, maka dilanjutkan dengan tahap penyulaman variasi tusuk dasar.



Gambar 11. Proses Sulam Tusuk Dasar menggunakan tusuk batang dan tusuk tulang ikan.

Dilanjutkan tahap selanjutnya, setelah proses penyulaman kemudian dilanjutkan dengan memberi tanda pada batas-batas sulam (kampuh). Lalu hasil sulam diletakkan pada pembedangan.



Gambar 12. Proses Sulam Tusuk Dasar menggunakan tusuk kepala peniti.

Menikmati proses adalah menjadi sesuatu bagian yang menyenangkan dalam diri penulis, karena penulis mendapatkan kepekaan rasa untuk menghasilkan karya-karya yang indah, memiliki bobot artistik yang akhirnya itu semua menjadi kebutuhan yang mendasar untuk mewujudkan ide ini. Seni dalam memilih teknik dalam pembuatan karya ini agar dapat mewujudkannya menjadi karya yang sesuai dengan konsep penciptaan adalah hal mendasar hingga karya ini bisa diselesaikan.

Wujud Karya *Surface Design Karawo* pada Produk *Home Decor*

Surface design adalah pada prinsipnya adalah menerapkan perlakuan teknik desain pada permukaan kain setelah kain terbentuk. yang ditujukan untuk memperkaya corak permukaan kain. Karawo salah satu upaya untuk memperkaya permukaan kain karena karawo dibuat diatas permukaan kain yang sudah jadi. Tapi upaya untuk menghias permukaan kain sebenarnya ada banyak cara salah satunya adalah dengan mengaplikasikan teknik sulam dasar.



Gambar 13. Produk Home Decor

Setelah melalui berbagai tahapan dalam suatu proses baik penyiapan bahan dan peralatan, proses pembuatan desain motif, proses kerja hingga *finishing*, maka terciptalah karya Home Décor ; Sulam Karawo yang ditambahkan Sulam Dasar. Lebih jelas tentang wujud hasil-hasil karya tersebut dapat dilihat pada foto yang ditampilkan berikut:



Gambar 14. Display Prototype Produk Home Decor

PENUTUP

Kesimpulan

Manifestasi karawo menjadi varian produk saat ini adalah karya seni visual yang sangat berpotensi untuk dipublikasikan dan disebarluaskan, agar dapat berdaya guna bagi berbagai pihak yang berkepentingan dalam penggunaannya, semua ini lebih ditekankan pada momentum memulai babak baru penciptaan prototype produk Home Décor berbasis muatan lokal.. Gagasan-gagasan yang muncul pada penciptaan ini berasal dari stimulasi fenomena yang ada di Gorontalo sebab adanya indikasi bahwa karawo mengalami kejenuhan bentuk.

Hasil eksplorasi yang dilakukan, baik melalui penelusuran data kepustakaan, data visual, maupun informasi dari wawancara, berhasil mengidentifikasi dan menemukan sejumlah sumber ide untuk konsep penciptaan prototype produk home décor. Proses perancangan dilakukan dengan cara eksperimen desain (sketsa), penentuan sketsa terbaik, pembuatan gambar kerja, pembuatan pola karawo dan pengaplikasian desain ragam hias pada produk home décor dan pengaplikasian sulaman dasar. Produk home decor yang kemudian di proses untuk direalisasikan ke dalam produk. Visualisasi karya ini, merupakan eksitasi dari respon eksistensi budaya Gorontalo yang begitu kaya akan aset-aset yang belum banyak tersosialisasi kepada publik. Atas pertimbangan itu, nampaknya penelitian ini masih layak untuk dilanjutkan kemudian hari.

Saran

1. Pengembangan seni kriya dan kerajinan daerah Gorontalo hendaknya bertitik tolak dari unsur-unsur seni budaya lokal Gorontalo itu sendiri, agar seni kriya dan kerajinan yang dihasilkan memiliki kekhasan sebagai karya seni kerajinan masyarakat Gorontalo yang mampu mengangkat identitas lokal untuk bersaing di kancah nasional atau global.
2. Guna lebih meningkatnya varian produk hasil jadi karawo maka perlu dilakukan revitalisasi pada varian produk dan

Teknik pengerjaan karawo agar mempunyai nilai tambah karena memiliki penampilan baru dan berbeda dari karawo yang sudah ada sebelumnya, sehingga dapat meningkatkan nilai jualnya dipasaran. Hal ini dapat menjadi fase baru dalam perkembangan karawo di Gorontalo..

Pengakuan/Acknowledgements

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Negeri Gorontalo telah mendanai dan memfasilitasi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastomi, Suwaji, 2003, *Seni Kriya Seni*, Unnes Press
- Farha Daulima, Medi Botutihe,(2003), *Tata Upacara Adat Gorontalo, Dari Upacara Adat Kelahiran, Perkawinan, Penyambutan Tamu, Penobatan dan Pemberian Gelar Adat samapai Upacara Adat Pemakaman, _____*,Gorontalo.
- Gustami, SP, 2004, *Proses Penciptaan Seni Kriya: Untaian Metodologis, Penciptaan dan Pengkajian Seni*, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Hasdiana, 2017, *Buku Ajar; Kriya Tekstil Terapan*, Penerbit Ideas Publishing, Gorontalo.
- Hasdiana, Ulin Naini, Isnawati Mohamad, and Nining Malanua, 2019, Engineering Design of Traditional Gorontalo Motif for Learning Karawo Embroidery, 1st International Conference on Education, Social Sciences and Humanities (ICESSSHum 2019) Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 335, <https://doi.org/10.2991/icessshum-19.2019.53>
- Hasdiana (2017) Proceeding: Kecubu Motive; Decorative Design Creative Karawo Gorontalo Specialty. *In: The 6th International Seminar On Nusantara Heritage International Seminar of Nusantara Heritage 2017*. ISI Denpasar, Denpasar, Bali, pp. 218, ISBN 978-602-9164-17-6
- Hasdiana, Naini, Ulin., Adiatmono, Fendi. (2013). Proses Peningkatan Brand Image Kerawang Melalui Penciptaan Desain Ragam Hias Kreatif Beridentitas Kultural Budaya Gorontalo Untuk

- Mendukung Industri Kreatif. Gorontalo: Laporan Penelitian. https://scholar.google.co.uk/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=gWG79EkAAAAJ&citation_for_view=gWG79EkAAAAJ:-f6ydRqryjwC
- Hasiru, Roy, 2010, *Pengembangan Klaster Komoditi Unggulan Di Provinsi Gorontalo*, UNG Press, Gorontalo.
- Marlianti, Mira, 2017, *Klasifikasi Teknik Stiching Sulaman Sebagai Surface Design Tekstil*. Jurnal Atrat Vol 3/ N3/ 09/2017.
- Masinambow, E.K.M., ed., (1997), *Koentjaraningrat dan Antropologi di Indonesia*, Penerbit Asosiasi Antropologi Indonesia bekerja sama dengan Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Rahayu, Sri Eko Puji, (2005), *Busana dan Budaya Masyarakat Indonesia*, Prosiding Seminar Nasional. Universitas Negeri Malang, Malang.
- Rahmah, Siti, 2010, *Menjaring Pembeli Kain Nusantara*, Artikel, Majalah Fashion Pro edisi 01/th III/ Januari 2010
- Sudana, I Wayan, Suparno, T. Slamet., Dharsono & Guntur. (2018). Method of Designing Ornaments On Karawo Textiles In Gorontalo. Vol. 207 (2018), 123, <https://doi.org/10.2991/reka-18.2018.27>
- Sudana, I Wayan, 2019, *Dinamika Perkembangan Seni Karawo Gorontalo*, Jurnal Seni Budaya Gelar Vol. 17, N0.1, 2019

KREATIVITAS DAN INOVASI PADA SENI KRIYA

I Wayan Sudana¹, Isnawati Mohamad²
Jurusan Seni Rupa dan Desain, Fakultas Teknik Universitas
Negeri Gorontalo
iwayan@ung.ac.id¹, isnawatimohamad@gmail.com²

PENDAHULUAN

Seni kriya merupakan cabang kesenian yang sangat dinamis dan mampu berkembang dalam berbagai konteks zaman dan era industri. Basis produksi seni kriya tersebar di seluruh wilayah Nusantara dan institusi-institusi pendidikan. Alam Nusantara menyediakan beragam jenis bahan baku berlimpah yang dapat dimanfaatkan untuk memproduksi karya-karya seni kriya. Para pekerja seni kriya memiliki keahlian (*skill*) berlapis-lapis, mulai dari tingkat paling sederhana (*simple*-pemula) sampai tingkat yang canggih (*sophisticated*-ahli). Eksistensi seni kriya bersandar pada prinsip “seni untuk seni” dan “seni untuk kepentingan ekonomi-bisnis” yang menempatkan tujuan estetik dan tujuan komersial secara integratif. Pekerja seni kriya dapat dikategorikan sebagai seniman, seniman-perajin, dan perajin. Mereka yang dikategorikan sebagai seniman berkarya dengan menekankan ekspresi individu atau keefektifan objek yang didorong kontemplasi estetik; kategori sebagai seniman-pengrajin bekerja lebih mengutamakan keindahan dan pertimbangan nilai fungsional; kategori sebagai perajin bekerja tidak menekankan nilai estetik tetapi cenderung merespons permintaan pengguna (Zulaikha & Brereton, 2011).

Produk atau karya-karya seni kriya bisa berwujud benda seni murni (*pure art*) atau benda seni fungsional (*applied art*), sesuai tujuan pembuatannya. Seni kriya memiliki beragam fungsi, seperti fungsi personal, sosial, politik, ekonomi, dan budaya (Gustami, 2007). Keragaman produk dan fungsi seni kriya yang demikian itu mampu memenuhi minat pengguna dari berbagai lapisan masyarakat, sesuai dengan tingkat apresiasi, daya beli,

dan tujuan kepemilikannya. Meskipun demikian, keberadaan seni kriya (terutama kriya tradisional) kerap dicitrakan stagnan, miskin kreativitas, dan kurang inovatif. Untuk mengangkat citra seni kriya yang dianggap kurang kreatif serta mengapresiasi kinerja kreatif dan inovatif para pembuatnya, maka kreativitas dan inovasi pada seni kriya penting diungkap dan diklarifikasi, terlebih untuk produk-produk kriya yang bernilai komersial.

Kreativitas dan inovasi merupakan dua konsep yang sering dipertukarkan penggunaannya dengan makna yang sama, yakni upaya-upaya untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan bermanfaat. Alves, *et.al.* (2007) menjelaskan, kreativitas adalah kemampuan menghasilkan ide-ide baru yang bernilai, sedangkan inovasi merupakan transformasi ide menjadi produk atau layanan baru. Kreativitas bukan hanya kemampuan untuk menciptakan dari ketiadaan, tetapi juga kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dengan menggabungkan, mengubah, atau menerapkan kembali ide-ide yang ada (Okpara, 2007). Kreativitas merupakan motor penggerak terjadinya pembaruan melalui inovasi. Kreativitas (ide) tidak bermanfaat jika tidak diteruskan dengan inovasi, sedangkan inovasi tidak akan terjadi tanpa diawali dengan kreativitas. Karena itu, Kreativitas dan inovasi pada tulisan dipahami sebagai dua konsep koheren yang saling terkait, sehingga dampaknya terlihat nyata dan bermanfaat bagi kemajuan, khususnya di bidang seni kriya.

Meskipun konsep kreativitas dan inovasi sering digunakan dalam berbagai bidang atau disiplin ilmu, tetapi konsep ini umumnya dikaitkan dengan disiplin seni dan desain. Seni merupakan ekspresi dari kreativitas (Paul & Kaufman, 2014). Seni menyediakan modal dasar berlimpah dalam pengembangan kreativitas untuk diimplementasikan melalui proses inovasi. Namun tidak semua cabang seni diakui memiliki nilai-nilai kreativitas dan karya yang dihasilkan muncul sebagai karya inovatif. Seni kriya dirasakan sebagai cabang seni yang kurang mendapat pengakuan soal kreativitas dan inovasi. Terbukti, seni kriya (*craft*) selalu mendapat peringkat paling

bawah dari urutan kekuasaan dalam teori dan praktik pendidikan seni dan desain (Mason, 2005). Salah satu yang diduga menjadi penyebabnya adalah kurangnya kajian dan wacana terhadap pola-pola kreativitas dan inovasi pada seni kriya.

Tulisan ini bertujuan untuk membahas pola-pola kreativitas dan inovasi pada seni kriya, guna mengklarifikasi nilai-nilai kreativitas dan inovasi seni kriya, yang menyebabkannya mampu berkembang dari waktu ke waktu sesuai dengan konteks zaman. Bahasan ini diharapkan berkontribusi dalam memperkaya wawasan pengetahuan dan praktik dalam upaya meningkatkan reputasi dan pengembangan seni kriya di masa depan. Kreativitas dan inovasi seni kriya hari ini bukan pada teori dan praktiknya, tetapi pada area pasar dengan mengeksplorasi cara-cara baru untuk menafsirkan kebutuhan konsumen.

PEMBAHASAN

Pola Kreativitas dan Inovasi Pada Seni Kriya

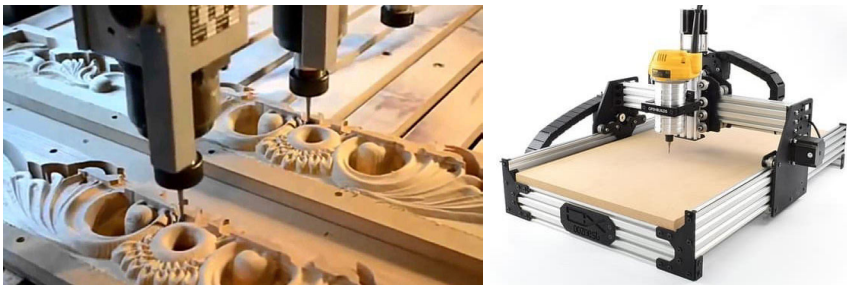
Pola-pola kreativitas dan inovasi pada seni kriya dapat dibahas dalam beberapa aspek, yaitu: aspek teknologi produksi, aspek artistik (struktur), aspek fungsi (nilai guna), dan aspek makna (nilai pesan). Aspek-aspek tersebut dianggap berpengaruh langsung pada kreativitas dan inovasi seni kriya, baik dalam proses kreasi (penciptaan), produk (karya yang dihasilkan), maupun apresiasi (penghargaan-penikmatan hasil karya).

1. Kreativitas dan Inovasi Teknologi Produksi

Teknologi adalah cara untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan dengan menggunakan pengetahuan, proses teknis, dan metode tertentu (Isman, 2012). Teknologi merupakan pengetahuan mengenai proses teknis dan metode tertentu yang dapat diaplikasikan untuk menyelesaikan masalah, pekerjaan, atau membuat produk. Teknologi produksi adalah seperangkat pengetahuan atau teknik yang diaplikasikan secara sistematis atau metodis melalui serangkaian tahapan proses, dengan menggunakan bahan dan

peralatan tertentu untuk berproduksi guna menghasilkan produk. Teknologi produksi pada seni kriya mencakup tiga komponen yang saling terkait, yaitu pengetahuan atau teknik, peralatan serta bahan, dan metode atau proses, yang diaplikasikan untuk menghasilkan beragam produk atau karya.

Kreativitas dan inovasi teknologi produksi berkaitan dengan adanya pembaruan dalam proses produksi, yang mencakup tiga unsur pokok, yaitu: metode kerja, bahan, dan peralatan yang digunakan untuk berproduksi (Sudana & Mohamad, 2020). Unsur metode atau teknik kerja berupa aturan atau sistem, yaitu rangkaian proses yang diterapkan untuk menghasilkan produk atau karya. Ini bisa dilakukan secara pribadi untuk semua proses atau secara kolaboratif. Unsur bahan terkait dengan jenis-jenis material baru yang digunakan sebagai bahan baku produk, baik bahan utama maupun bahan pendukung. Unsur peralatan mencakup jenis-jenis peralatan kerja baru yang digunakan untuk berproduksi. Salah satu contoh inovasi teknologi peralatan pada seni kriya adalah mesin ukir CNC atau Computer Numerical Control (lihat gambar 1). Mesin tersebut bekerja dengan sistem kerja *long shift* selama 24 jam, sehingga dapat menyelesaikan ukiran yang rumit dalam waktu singkat.



Gambar 1. Mesin ukir Computer Numerical Control (CNC)
(Sumber: <https://asephi.com/en/mesin-ukir-kayu> & <https://www.tokopedia.com/mesin-cnc>)

Kreativitas dan inovasi teknologi produksi pada seni kriya perlu dilakukan untuk mendukung perwujudan munculnya desain-desain baru, melalui proses produksi yang fleksibel dan akurat

dengan durasi waktu lebih singkat. Pekerja kriya tidak bisa hanya mengandalkan keterampilan tradisional dalam memproduksi, karena teknik-teknik tradisional yang mumpuni tidak akan cukup untuk dapat bersaing dengan produk-produk inovatif lainnya di arena pasar global yang kompetitif (Zulaikha & Brereton, 2011).

Kreativitas dan inovasi teknologi produksi dapat dilakukan melalui kerjasama secara kolaboratif dengan ahli-ahli teknologi yang relevan, agar hasilnya tepat guna dalam mendukung kinerja produksi kriya. Namun demikian, pembuatan atau produksi karya-karya kriya tidak bisa sepenuhnya diserahkan pada teknologi (mesin), karena akan menghilangkan jejak-jejak emosi pembuatnya sebagai keunikan produk yang dihasilkan. Dalam konteks ini, pekerja kriya dapat memadukan antara kinerja teknologi baru (mesin) dengan keahlian teknik tradisional (manual) yang telah dikuasai. Kemampuan dalam menggunakan teknologi baru dan teknik-teknik tradisional akan melahirkan sistem produksi kriya hibrida, yang memadukan sentuhan tangan manusia melalui keahlian tangan (*craftsmanship*) dengan performa kinerja mesin (Tung, 2012).

2. Kreativitas dan Inovasi Artistik

Nilai artistik merupakan nilai intrinsik yang menjadi daya tarik utama karya seni dalam meraih apresiasi masyarakat penikmat atau pengguna. Nilai artistik mengacu pada keindahan bentuk suatu karya seni yang ditimbulkan oleh keberhasilan seniman dalam penataan unsur-unsur visual secara harmonis dan dinamis. Kreativitas dan inovasi artistik merujuk pada serangkaian pembaruan yang dilakukan pada unsur-unsur visual (garis, bidang, warna, tekstur, motif, dan lain-lain) serta cara-cara penataannya (komposisi, kesatuan, keseimbangan, irama, emphasis, dimensi), untuk menghasilkan interpretasi baru terhadap keindahan bentuk atau struktur visual karya seni.

Kreativitas dan inovasi artistik pada seni kriya atau desain bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk, karena nilai artistik menjadi pemicu pertama yang mendorong seseorang

untuk mengapresiasi atau membelinya (Rampino, 2011). Pada seni kriya, kreativitas dan inovasi artistik kerap dilakukan pada aspek warna *finishing*, ornamen, ukuran, dan perubahan komposisi struktur visual. Kreativitas dan inovasi artistik pada aspek-aspek tersebut berpeluang menghasilkan produk dengan corak baru yang bervariasi, sehingga tersedia banyak pilihan bagi penikmat atau pengguna untuk mengoleksi atau memiliki (membeli).

Kreativitas dan inovasi artistik pada warna *finishing* dapat dilakukan dengan mencoba formulasi bahan dan metode penerapan *finishing* baru, melalui eksplorasi terhadap peluang bahan-bahan *finishing* baru dari zat-zat alami atau zat-zat kimia. Untuk tujuan tersebut, pekerja seni kriya perlu berkolaborasi dengan ahli-ahli kimia dalam melakukan analisis dan menentukan formula yang tepat. Keberhasilan memformulasi bahan dan menerapkan warna *finishing* baru akan menghasilkan corak dan karakter warna *finishing* yang bervariasi. Penerapan corak warna *finishing* baru yang bervariasi menghasilkan tampilan produk yang berbeda-beda, meskipun bentuknya sama (lihat gambar 2). Tampak pada gambar tersebut, produk kriya berupa pot bunga dengan bentuk dan ukuran yang sama, dilakukan inovasi pada aspek *finishing* sehingga menghasilkan corak warna *finishing* baru yang bervariasi.



Gambar 2. Hasil kreativitas dan inovasi warna *finishing* produk kriya (Sumber: Dokumentasi penulis, 2022)

Kreativitas dan inovasi ornamen untuk menghasilkan jenis dan corak ornamen baru dapat digali dari unsur-unsur alam, budaya lokal, budaya Nusantara, budaya global atau

budaya populer. Ornamen merupakan sumber kreativitas atau ide yang tidak terbatas untuk inovasi karya-karya seni kriya. Kreativitas dan inovasi ornamen dominan dilakukan pada seni kriya tekstil, seperti tekstil karawo Gorontalo, batik, tenun, dan sulam. Ornamen motif *parang* pada kain batik tradisional Jawa misalnya, inovasi dilakukan dari motif geometris menjadi motif tumbuh-tumbuhan, kemudian menjadi motif abstrak, dan kini muncul motif-motif *parang* kreasi baru (Guntur, 2019).

Kreativitas dan inovasi artistik pada aspek ornamen atau ragam hias dilakukan dengan menerapkan motif-motif ornamen baru yang bervariasi, walaupun bentuk, ukuran, dan fungsi produknya sama (lihat gambar 3). Pada gambar tersebut, baju (*blouse*) dengan mode, ukuran, dan fungsi yang sama, dilakukan inovasi dengan penerapan ornamen baru, sehingga menimbulkan interpretasi nilai artistik baru yang berbeda pada tiap mode *blouse* tersebut. Upaya ini biasanya dilakukan untuk menyediakan pilihan bagi pengguna sehingga berdampak pada peningkatan nilai jual produk, baik jumlah maupun harganya.



Gambar 3. Hasil kreativitas dan inovasi ornamen atau ragam hias (Sumber: Dokumentasi penulis, 2023)

Kreativitas dan inovasi ukuran dilakukan dengan membuat variasi ukuran-ukuran baru yang sering disebut ukuran seri, yakni ukuran kecil, sedang, dan besar. Variasi ukuran berpengaruh terhadap nilai artistik dan fungsi produk. Pada seni kriya, ukuran besar atau sedang biasanya terkait dengan fungsi praktis dan fungsi dekorasi, sedangkan ukuran kecil identik dengan souvenir atau cenderamata. Perbedaan ukuran mempengaruhi persepsi manusia (pembuat dan pengguna) dalam memproduksi dan mengapresiasi karya-karya seni kriya, baik sebagai benda seni maupun benda komersial. Oleh karena itu, kreativitas dan inovasi ukuran juga penting dalam pengembangan seni kriya.

Kreativitas dan inovasi komposisi dapat dilakukan melalui perubahan struktur visual guna melahirkan struktur baru, dari struktur yang rumit menjadi sederhana atau sebaliknya, berdasarkan struktur yang telah ada. Perubahan struktur tidak memerlukan penciptaan unsur-unsur visual atau objek baru, tetapi hanya mengolah penempatan unsur-unsur yang telah ada. Kreativitas dan inovasi komposisi dengan perubahan struktur itu disebut dekomposisi yaitu perubahan komposisi berdasarkan struktur yang telah ada untuk melahirkan komposisi baru (Sudana, 2019: 394).

Kreativitas dan inovasi komposisi banyak dilakukan pada seni kriya tekstil dengan mengubah susunan motif-motif pada tekstil yang telah ada menjadi struktur baru (lihat gambar 4). Tampak pada gambar tersebut, bentuk motif di sebelah kiri merupakan bentuk asal yang telah ada. Bagian tertentu di antara motif-motif itu kemudian dibuat untuk motif di sebelah kiri dengan komposisi yang berbeda. Cara ini melahirkan struktur baru yang terlihat lebih sederhana, meskipun tanpa harus menciptakan motif baru.



Gambar 4. Hasil kreativitas dan inovasi komposisi (dekomposisi)
(Sumber: Sudana, 2019: 392)

3. Kreativitas dan Inovasi Fungsi

Nilai fungsi merupakan salah satu aspek esensial yang menandai eksistensi seni kriya di antara cabang-cabang kesenian lainnya. Kehadiran seni kriya dalam berbagai dimensi kehidupan masyarakat mengemban beragam fungsi, yaitu sebagai ekspresi seni, sarana interaksi sosial, sarana eksistensi diri, penggerak perekonomian, media pendidikan, dan simbol identitas budaya (Sudana, 2022). Fungsi-fungsi tersebut niscaya akan terus berkembang dengan hadirnya fungsi baru melalui kreativitas dan inovasi fungsi secara berkelanjutan. Kreativitas dan inovasi fungsi merujuk pada kemampuan untuk menciptakan fungsi-fungsi baru di antara fungsi-fungsi yang telah ada.

Kreativitas dan inovasi fungsi pada seni kriya bisa dilakukan melalui penciptaan bentuk dengan fungsi baru atau mengubah

serta memperluas fungsi produk yang telah ada menjadi fungsi-fungsi baru sesuai tujuan dan kegunaannya. Kreativitas dan inovasi fungsi melalui perubahan atau perluasan fungsi lama menjadi fungsi baru sesuai konteks zaman, lazim dilakukan pada karya-karya kriya tradisional. Contohnya seni kriya keramik gerabah tradisional (lihat gambar 5). Pada gambar tersebut, produk kriya gerabah tradisional berupa wajan yang semula berfungsi sebagai tempat memasak sesuatu, diubah fungsinya menjadi benda dekorasi pajangan atau souvenir. Oleh karena itu, tampilannya dibuat lebih artistik dengan motif hias ukir rasi bintang Pisces dan warna yang bervariasi supaya menarik. Kreativitas atau ide dasarnya adalah perubahan fungsi kriya tradisional menjadi fungsi baru sesuai dengan selera zaman, agar kriya tradisional tidak kehilangan peminat yang mengancam kelestariannya.



Gambar 5. Hasil kreativitas dan inovasi fungsi
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2013)

Kreativitas dan inovasi fungsi dengan menghadirkan fungsi baru pada karya-karya seni kriya tradisional sangat penting dan mendesak dilakukan supaya tidak kalah saing dengan produk-produk modern dengan fungsi sejenis yang dianggap lebih fleksibel dan kontekstual. Seni kriya tradisional akan kehilangan peminat dan terancam punah apabila masih bertahan dengan fungsi-fungsi lama yang sudah tidak relevan lagi dengan kebutuhan masyarakat masa kini. Munculnya fungsi baru yang bersifat kontekstual pada

seni kriya tradisional juga berkontribusi dalam pelestarian tradisi, mengingat salah satu fungsi seni kriya adalah untuk meneruskan nilai-nilai tradisi (Mason, 2005)

4. Kreativitas dan Inovasi Makna

Makna merupakan hasil interaksi antara objek (teks, benda, karya) dengan pengamat melalui tafsir tertentu, yang dipengaruhi faktor pengetahuan, pengalaman, dan latar belakang sosial budaya. Kreativitas dan inovasi makna berkaitan dengan kemampuan suatu objek dalam mengomunikasikan pesan-makna baru kepada publik. Seni kriya memiliki kapasitas untuk menyampaikan pesan bermakna yang tersimpan di balik wujud fisiknya (Gustami, 2007). Seni kriya sangat terbuka dengan berbagai pemaknaan baru, sesuai dengan interpretasi, tujuan, dan kepentingan pembuat dan penggunaannya. Kreativitas dan inovasi makna pada seni kriya sangat penting, karena kualitas produk seni kriya tidak semata-mata ditentukan oleh nilai artistik atau kesesuaian fungsinya, tetapi juga pada kekuatan makna-pesan yang hendak disampaikan.

Kreativitas dan inovasi makna pada seni kriya dapat dilakukan dengan penciptaan bentuk-bentuk baru yang dapat memancing interpretasi makna baru ataupun melalui *branding* dengan menampilkan karya-karya kriya pada even-even bergengsi dan tempat-tempat yang eksklusif. Sebagai contoh adalah seni kriya tekstil karawo Gorontalo. Pada era 1980-an, busana yang menggunakan bahan tekstil karawo (busana karawo) hanya diminati para orang tua, sedangkan anak-anak muda merasa minder menggunakan karena busana karawo dimaknai sebagai busana orang kampung (Sudana, 2019). Namun setelah busana karawo kemudian ditampilkan pada even-even bergengsi, seperti Jakarta Fashion Week (JFW), Indonesia Fashion Week (IFW), dan New York Fashion (NFY) (lihat gambar 6), busana karawo menjadi diminati anak-anak muda Gorontalo karena dianggap sebagai salah satu tren fashion dengan identitas lokal. Anggapan tersebut merupakan pemaknaan baru bagi busana karawo, yang muncul karena ditampilkan pada ajang-ajang bergengsi.



Gambar 6. Tampilan busana karawo pada JFW (kiri), IFW (tengah), dan NFW (tengah) (Sumber: Dokumen Rumah Karawo Gorontalo, 2017-2028)

Kreativitas dan inovasi makna untuk menghasilkan interpretasi makna baru pada seni kriya yang lain (keramik, kayu, kulit, logam) dapat dilakukan dengan memamerkan karya secara konsisten dan berkala di tempat-tempat eksklusif, seperti museum atau gallery yang bergengsi. Selama ini, pameran-pameran kriya cenderung hanya dilakukan pada ruang-ruang publik yang inklusif, misalnya dalam bentuk pameran expo dalam rangka ini dan itu. Meskipun pameran seperti itu juga penting untuk mendistribusikan produk-produk kriya, tetapi bagaimanapun hebatnya (kreatif dan inovatif) bentuk karya yang dipamerkan pasti hanya dimaknai sebagai komoditas. Karena itu, perlu kreativitas dan inovasi makna dengan menampilkan karya-karya kriya pada ajang atau tempat-tempat eksklusif, untuk menghasilkan tafsir makna baru yang lebih filosofis. Ini terutama untuk pekerja seni kriya yang dikategorikan sebagai seniman (alam atau akademis). Tentu saja munculnya tafsir makna-makna baru pada seni kriya tidak lepas dari adanya perubahan bentuk, karena bentuk dan makna secara intrinsik memang berkorelasi (Rampino, 2011).

PENUTUP

Kreativitas dan inovasi pada seni kriya terjadi dalam berbagai aspeknya yang berkontribusi peningkatan reputasi dan pengembangan seni kriya dari waktu ke waktu. Kreativitas dan inovasi pada tiap aspek tersebut terjadi dengan kadar yang berbeda-beda. Kreativitas dan inovasi paling menonjol terjadi pada aspek artistik (struktur), sedangkan yang paling lemah terjadi pada aspek teknologi. Hal itu terjadi karena para pekerja seni kriya lebih fokus pada pengembangan produk yang dapat dilakukan secara individu, daripada pengembangan teknologi yang mesti berkolaborasi dengan ahli-ahli teknologi produksi. Untuk pengembangan seni kriya yang lebih masif, kreativitas dan inovasi harus dilakukan pada semua aspek secara utuh. Hal ini dapat dilakukan secara kolaboratif dengan ahli dari bidang-bidang lain yang relevan.

Aspek-aspek seni kriya yang dibahas pada tulisan ini, yakni aspek teknologi produksi, aspek artistik (struktur), fungsi (nilai guna), dan makna (pesan) diakui belum mencapai kedalaman, karena data diambil secara random pada beberapa cabang seni kriya (kriya kayu, kriya tekstil, kriya keramik). Guna mencapai bahasan yang lebih mendalam (detail dan komprehensif), disarankan kepada peneliti atau penulis berikutnya yang hendak mengkaji nilai-nilai kreativitas dan inovasi pada seni kriya, untuk memfokuskan kajian pada salah satu cabang seni kriya. Untuk tujuan tersebut, aspek-aspek seni kriya yang dibahas pada tulisan ini berpotensi dijadikan sebagai penuntun atau penata pola pikir agar kajian lebih terarah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alves, J., Marques, M. J., Saur, I., & Marques, P. (2007). Creativity and Innovation through Multidisciplinary and Multisectoral Cooperation. *Creativity and Innovation Management: Journal compilation*, 16 (1), 27-34.
- Guntur (2019). Inovasi Pada Morfologi Motif Parang Batik Tradisional Jawa. *Panggung*, 29 (4), 373-390. DOI: <http://dx.doi.org/10.26742/panggung.v29i4.1051>

- Gustami, SP. (2007). *Butir-Butir Mutiara Estetika Timur: Ide Dasar Penciptaan Seni Kriya Indonesia*. Prasista: Yogyakarta.
- Isman, A. (2012). Technology and Technique: An Educational Perspective. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11 (2), 207-213. <https://www.learntechlib.org/p/55716/>
- Mason, R. (2005). The meaning and value of home-based craft. *International Journal of Art & Design Education*, 24 (3), 261–268. <https://doi.org/10.1111/j.1476-8070.2005.00449.x>
- Okpara, F. O. (2007). The Value of Creativity and Innovation in Entrepreneurship. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3 (2), 1-14.
- Paul, E. S. and S. B. Kaufman (2014). Introducing The Philosophy of Creativity, dalam *Philosophy of Creativity*, New essays Oxford: Oxford University Press
- Rampino, L. (2011). The innovation pyramid: A categorization of the innovation phenomenon in the product-design field. *International Journal of Design*, 5 (1), 3-16.
- Sudana, I Wayan & Isnawati, Mohamad (2020). Karakteristik Seni Kerajinan Eceng Gondok Gorontalo. *Dewa Ruci: Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni*, 15 (1), 38-47. DOI: <https://doi.org/10.33153/dewaruci.v15i1.3171>
- Sudana, I Wayan (2019). Seni Karawo Gorontalo: Bentuk Estetik dan Pengembangan. *Disertasi*, Pada Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta, Surakarta..
- Sudana, I Wayan (2022). Fungsi Seni Karawo dalam Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Gorontalo. *Jurnal Ideas: Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 8 (2), 601-610. DOI: 10.32884/ideas.v8i2.797
- Tung, F-W. (2012). Weaving with Rush: Exploring Craft-Design Collaborations in Revitalizing a Local Craft. *International Journal of Design*, 6 (3), 71-84.
- Zulaikha, E. & Brereton, M. (2011). Innovation Strategies for Developing the Traditional Souvenir Craft Industry. Dalam *The First International Postgraduate Conference on Engineering, Designing and Developing the Built Environment for Sustainable Wellbeing*, 27-29 April 2011, Queens- land University of Technology, Brisbane, Qld.

MEDIA PROMOSI UNTUK MENGGANGKAT PRODUK KERAJINAN LOKAL INDONESIA

Ayu Octaviany¹, Elizabeth Susanti^{1, 2}, Jessica Yonatia¹

¹Universitas Kristen Maranatha, ²elizabeth.susanti@yahoo.com

PENDAHULUAN

Saat ini, teknologi berkembang pesat dan perdagangan semakin mudah sehingga mengakibatkan persaingan antar merek lokal Indonesia semakin erat. Teknologi membawa banyak perubahan di berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah cara berbelanja masyarakat saat ini lebih banyak menggunakan *smartphone* untuk berbelanja. Dunia usaha di Indonesia terus didukung pemerintah, terlebih lagi di era global, perdagangan bebas AFTA di tahun 2003 dan APEC yang dimulai tahun 2020 memberikan kesempatan kepada produsen untuk memasarkan produknya secara bebas. Namun menurut survei yang dilakukan dalam penelitian ini, sebanyak 54,5% masyarakat Indonesia lebih memilih merek luar negeri dibanding merek lokal. Menurut Arifin Soedjayana, Kepala Dinas Perdagangan Jawa Barat, produk lokal hasil dari UMKM sudah sangat banyak, kualitasnya juga sudah bagus, namun pasar tetap menjadi hambatan. Salah satu faktor penting untuk meningkatkan produk lokal Indonesia adalah media promosi. Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2002).

Untuk dapat bersaing dalam dunia usaha, media promosi yang baik dan efektif menjadi salah satu upaya mutlak agar menarik konsumen dan dapat meningkatkan produk lokal Indonesia. Ada empat acuan yang bisa digunakan untuk mengategorikan sebuah produk merupakan produk lokal, yaitu jika suatu produk terbuat

dari bahan yang berasal dari dalam negeri, tenaga kerjanya berasal dari dalam negeri, produk tersebut menggunakan merek lokal, dan terakhir adalah kepemilikan perusahaan (Sudaryatmo, 1999).

Produk yang digunakan sebagai prototipe untuk media promosi ini adalah produk kerajinan lokal Indonesia yang memadukan tas dan sepatu yang berbahan dasar kulit dengan kain tenun Indonesia. Tenun merupakan hasil kerajinan yang berupa bahan (kain) yang dibuat dari benang (KBBI Daring, 2016). Kriteria produk lokal yang bisa diangkat harus merupakan merek lokal yang memiliki kualitas bahan yang berkualitas, ingin melestarikan bahan kekayaan lokal seperti tenun Indonesia, namun media promosi yang telah dilakukan kurang efektif dan minat beli masyarakat Indonesia masih kurang. Oleh karena itu, dibutuhkan media-media promosi untuk mengangkat citra produk agar terlihat berkelas dan dikenal masyarakat luas. Metode-metode yang digunakan untuk mengumpulkan data berasal dari wawancara dengan pengrajin, pembagian kuisioner kepada target konsumen, studi pustaka, dan observasi. Berdasarkan hasil pengumpulan data, diperlukan media promosi yang lebih efektif serta persuasif untuk mengangkat produk kerajinan lokal.

Media yang digunakan untuk berpromosi meliputi *website*, media sosial, *event*, serta katalog. Perancangan media promosi produk kerajinan lokal dapat membuat produk menjadi dikenalkan kepada masyarakat luas secara efektif, mengubah gaya visual sesuai dengan citra yang lebih berkelas, serta menarik minat masyarakat untuk membeli produk.

Promosi produk kerajinan lokal memiliki tujuan untuk dapat melestarikan produk khas lokal seperti kain tenun Indonesia. Menurut survei yang dilakukan untuk penelitian ini, 79% responden akan membeli produk jika kualitas produk baik. Banyak produk kerajinan lokal yang memiliki produk dengan kualitas premium, namun media promosi yang kurang efektif serta visual Instagram belum menampilkan citra produk kerajinan lokal yang berkelas, membuat kurangnya minat beli masyarakat Indonesia. Oleh karena

itu, dibutuhkan perancangan media promosi yang baik dan efektif agar produk kerajinan lokal dikenal masyarakat Indonesia dan meningkatkan minat beli masyarakat.

Perancangan media promosi ini didukung dengan penelitian yang dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Secara kualitatif yaitu dilakukan wawancara kepada pengrajin, untuk mengetahui tentang produk kerajinan lokal dan permasalahan yang dialami. Secara kuantitatif, dilakukan pembagian kuesioner kepada 101 responden pria dan wanita yang berdomisili di Jawa untuk mengetahui pendapat responden mengenai produk kerajinan lokal.

PEMBAHASAN

Target utama dari produk kerajinan lokal merupakan wanita dan pria dengan usia 25-45 tahun yang berdomisili di kota besar Indonesia, sosial ekonomi status A dengan pendapatan 8 juta/bulan yang menyukai hal-hal yang praktis namun tetap *stylish*, mencintai etnik Indonesia, serta memiliki jiwa sosial yang tinggi untuk membantu sesama. Penggunaan media untuk mempromosikan produk kerajinan lokal berupa *website*, media sosial, katalog, video, serta *event*. *Website* adalah kumpulan dari halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar (diam/bergerak), animasi, suara, atau gabungan dari keseluruhan. Baik yang memiliki sifat statis atau dinamis yang akan membentuk suatu rangkaian yang saling berkaitan, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (Hidayat, 2010). Perusahaan dapat menggunakan *website* untuk meningkatkan interaksi untuk menaikkan penjualan dengan target konsumen terutama konsumen potensial dalam skala global (Gunawan, 2018).

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), hampir separuh dari total pengguna internet di Indonesia merupakan masyarakat dalam kelompok usia 19-34 tahun (49,52%). Sementara pengguna terbanyak kedua merupakan kelompok usia 35-54 tahun (29,55%). Menurut survei di atas, masyarakat dengan umur 19-54 tahun mendominasi penggunaan internet di Indonesia.

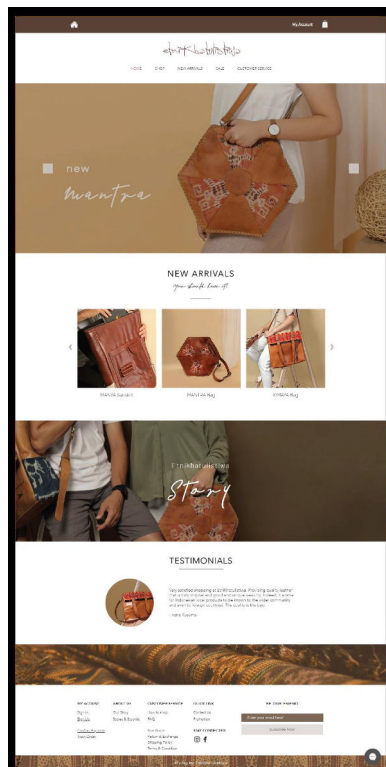
Oleh karena itu, target produk kerajinan lokal pada artikel ini merupakan wanita dan pria Indonesia dengan umur 25-45 tahun dapat disimpulkan mayoritas menggunakan internet. Berdasarkan fakta di atas, media promosi yang sesuai untuk target konsumen adalah media *online* seperti *website* dan media sosial Instagram karena dapat menjangkau target dengan mudah.

Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Rulli, 2017). Penggunaan media sosial seperti Instagram dalam mempromosikan produk-produk lokal dapat sangat menjangkau masyarakat terutama generasi muda (Rashad et al., 2022). Sedangkan untuk menambah kepercayaan konsumen terhadap kualitas, produk kerajinan lokal sebaiknya mengikuti *event* agar lebih dikenal masyarakat. Konsep komunikasi yang digunakan adalah informatif, menarik, dan persuasif untuk target konsumen. Konsep komunikasi yang informatif diterapkan dengan menampilkan informasi lengkap sesuai dengan yang dibutuhkan target konsumen. Pada *website* ditampilkan tulisan informatif mengenai produk yang meliputi nama, harga, serta detail produk tersebut. Sedangkan pada media sosial ditampilkan berbagai tawaran iklan yang menarik agar masyarakat berminat membeli.

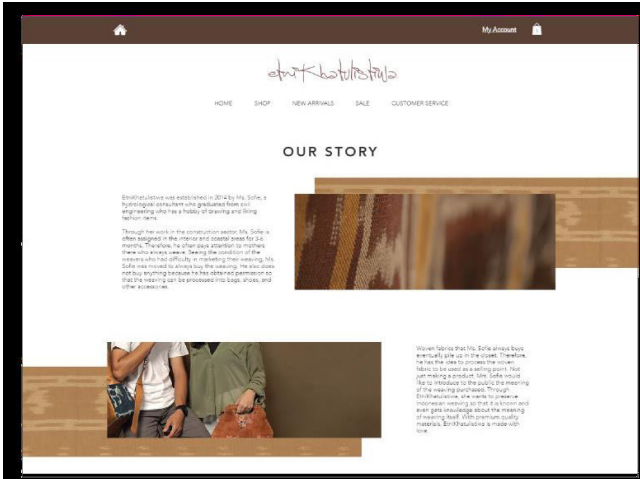
Pada media promosi, digunakan kata-kata yang menarik serta persuasif agar masyarakat berminat untuk membeli produk-produk kerajinan lokal. Dengan target konsumen produk kerajinan lokal merupakan wanita dan pria usia 25-45 tahun, konsep gambar yang digunakan adalah foto asli yang dapat menampilkan tampilan asli produk dan membuat target konsumen percaya terhadap kualitas premium produk kerajinan lokal. Melalui foto tersebut, target konsumen juga dapat melihat visual warna dan bahan produk yang akan dibeli. Gaya *layout* yang digunakan pada media promosi menggunakan gaya yang modern, minimalis, hangat, serta etnik untuk mengangkat citra produk kerajinan lokal terlihat berkelas.

Dalam merancang identitas global, diperlukan kekhasan lokal yang memberikan keterikatan dengan target konsumennya (Gunawan & van den Hoven, 2017). Gaya *layout* yang hangat ditekankan dengan penggunaan warna visual media promosi yang mayoritas diberi aksen coklat untuk menonjolkan bahan dari produk-produk kerajinan lokal seperti kulit. Selain itu, warna putih juga mendominasi *layout* media promosi untuk memberikan kesan bersih pada *website*.

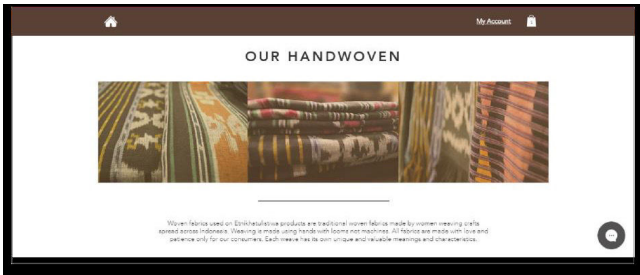
Untuk memberikan gaya visual yang tidak monoton, ditampilkan juga video pada media sosial agar target konsumen dapat melihat produk saat dipakai model dan tertarik membeli. Media promosi berupa web, media sosial, katalog, serta *event* merupakan media yang memudahkan target untuk mengenal produk-produk kerajinan lokal dan mencapai perancangan ini yaitu menarik minat masyarakat agar membeli produk-produk kerajinan lokal.



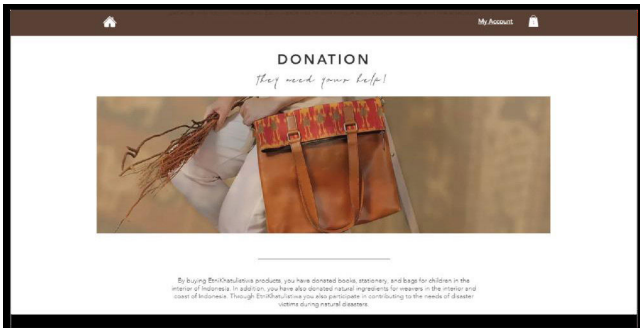
Gambar 1. Home Page



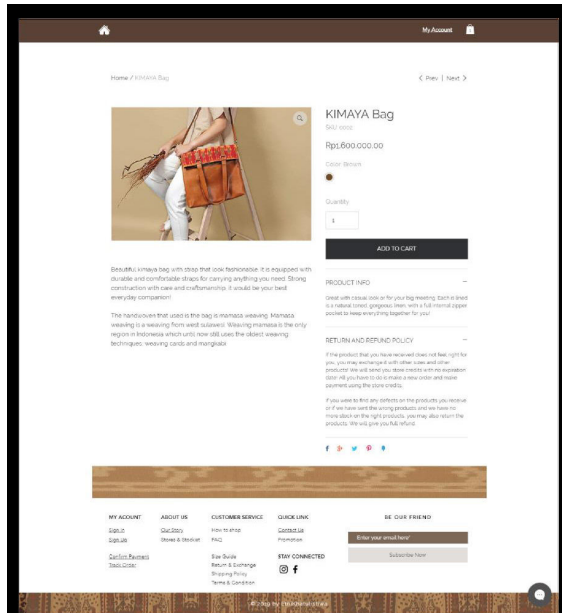
Gambar 2. *Our Story* Page



Gambar 3. *Our Handwoven* Page



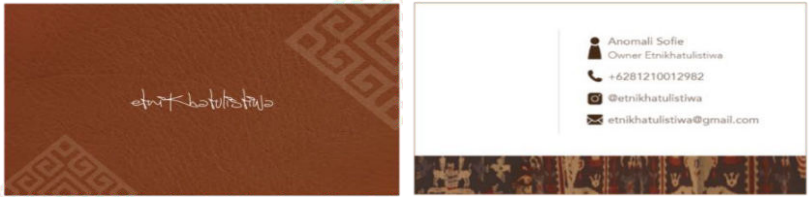
Gambar 4. *Donation* Page



Gambar 5. Halaman Informasi Produk

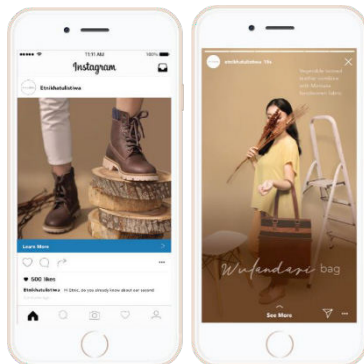
Website produk kerajinan lokal dibuat dengan nuansa minimalis, modern, hangat, serta etnik. Penggunaan motif kain tenun pada bagian *footer page* memberikan kesan etnik untuk menonjolkan pelestarian kain tenun Indonesia. Konsep komunikasi yang digunakan informatif dengan menampilkan detail nama produk, material produk, jenis tenun yang digunakan, dan harga produk. Pada halaman *our story* ditampilkan informasi mengenai pendiri produk kerajinan lokal, sejarah berdirinya, material yang digunakan, serta tujuan utama maupun sekunder dari produk kerajinan lokal. Melalui *website*, konsumen dapat langsung membeli secara *online* sesuai dengan katalog produk pada *website*. produk kerajinan lokal juga menampilkan halaman donasi untuk menjelaskan bahwa setiap pembelian produk, konsumen akan secara langsung berdonasi untuk anak dan ibu penenun di pedalaman Indonesia. Untuk meningkatkan citra produk kerajinan lokal, ditampilkan juga halaman *our handwoven* untuk memberikan informasi bahwa material kain tenun yang dikombinasikan dengan kulit asli merupakan kain tenun

yang dibuat oleh pengrajin, bukan menggunakan mesin, untuk memberikan citra material kain yang premium.



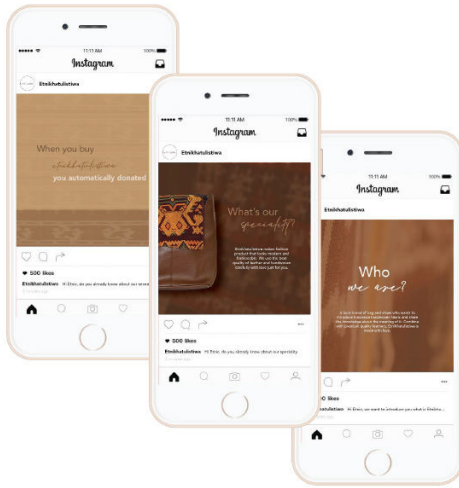
Gambar 6. Kartu Nama

Gambar di atas merupakan desain kartu nama produk kerajinan lokal. Warna kartu nama didominasi warna coklat tua untuk menekankan bahan produk yaitu kulit, serta diberi foto tenun untuk menampilkan kesan etnik. Kartu nama merupakan salah satu media promosi untuk mengenalkan produk kerajinan lokal kepada target konsumen.



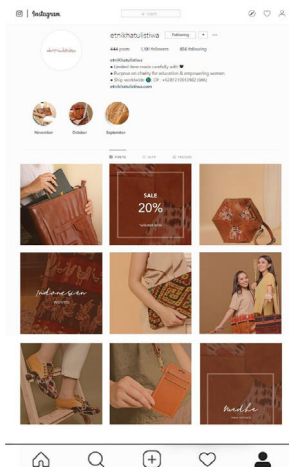
Gambar 7. Iklan Instagram

Gambar di atas merupakan desain untuk iklan Instagram di *home* dan *story* agar terlihat jelas oleh target konsumen. Dengan menampilkan produk-produk kerajinan lokal, konsumen akan diarahkan untuk masuk ke akun produk kerajinan lokal dan membeli produk.



Gambar 8. *Feed Awareness*

Gambar di atas merupakan desain *feed awareness* Instagram agar konsumen penasaran akan produk kerajinan lokal dan mengunjungi *Instagram* produk kerajinan lokal tersebut. Pada desain ini, ditampilkan kelebihan dari produk kerajinan lokal, penjelasan singkat produk kerajinan lokal tersebut, serta tujuan sekunder produk kerajinan lokal yaitu donasi. *Layout* diberi aksentun untuk menunjukkan tujuan utama produk lokal ini yaitu melestarikan tenun Indonesia.



Gambar 9. *Feed Instagram*

Gambar di atas merupakan *layout feed* Instagram untuk mempromosikan produk-produk kerajinan lokal. *Feed* ini juga menunjukkan adanya potongan harga produk agar menarik konsumen untuk membeli produk. Desain didominasi warna coklat untuk menunjukkan bahan kulit dari tas. Untuk menunjukkan sisi etnik, ditampilkan *layout feed* dengan kain tenun yang menunjukkan sisi tradisional Indonesia.



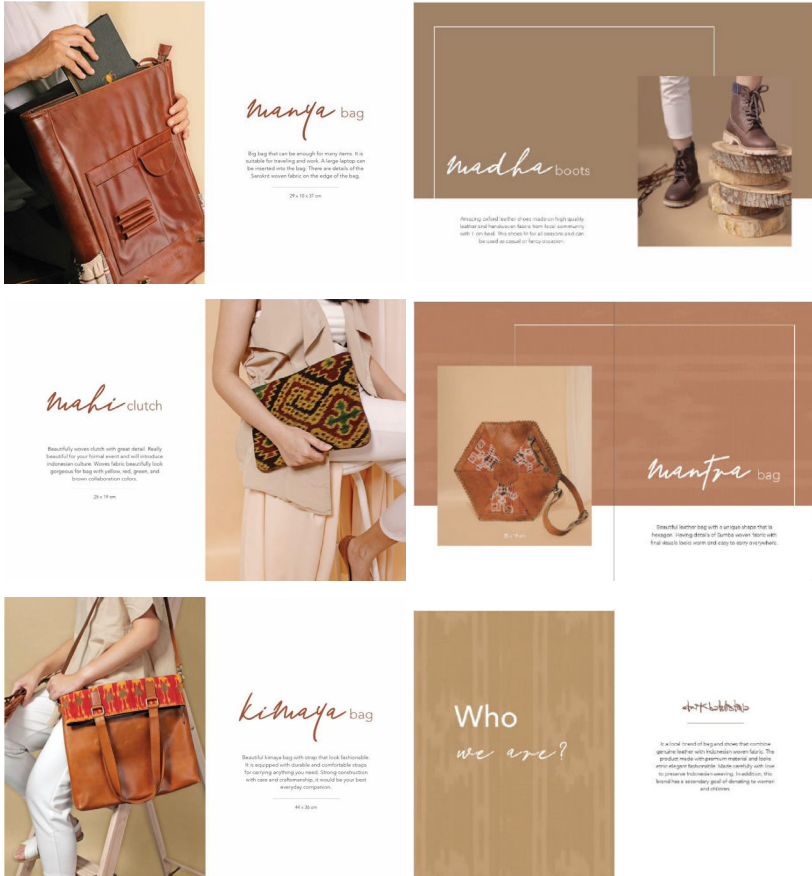
Gambar 10. Video Produk

Untuk memberikan tampilan yang baru, disajikan video pada *feed* Instagram produk kerajinan lokal. Pada video ditampilkan beberapa produk kerajinan lokal yang digunakan oleh model, agar konsumen dapat melihat dengan jelas detail tampilan produk saat dipakai oleh model. Konsumen juga dapat melihat ukuran tas ataupun sepatu saat dipakai.



Gambar 11. Kemasan Baru

Gambar di atas merupakan desain kemasan baru dari produk kerajinan lokal yang menggunakan bahan ramah lingkungan dengan desain multifungsi yaitu sebagai tas punggung maupun tas bahu dengan aksen tenun pada bagian bawah tas.



Gambar 12. Katalog Produk 1 dan 2



Gambar 13. Cover Katalog

Gambar di atas merupakan *layout* katalog. Desain didominasi warna coklat dan turunannya untuk menunjukkan bahan kulit dari tas. Secara keseluruhan, desain menggunakan konsep minimalis namun tetap etnik dengan sentuhan kain tenun Indonesia. Pada katalog dicantumkan alamat *website* produk kerajinan lokal untuk mempromosikan produk kerajinan lokal melalui *website*. Selain itu, pada halaman awal katalog ditampilkan penjelasan singkat mengenai produk kerajinan lokal agar konsumen mengenal produk dan tertarik membeli. Pada setiap produk tas diberikan penjelasan mengenai ukuran tas serta kelebihan produk.



Gambar 14. Booth Inacraft

Gambar di atas merupakan desain *booth* untuk acara Inacraft. produk kerajinan lokal mengikuti acara ini agar menjangkau target lebih banyak dan mengenalkan produk lebih luas lagi. *Booth* didesain dengan sentuhan kayu untuk memberikan kesan berkelas serta

diberi aksen kain tenun untuk menunjukkan kesan etnik. X-banner juga dibuat untuk *event* Inacraft, untuk menarik target melihat *booth* produk kerajinan lokal dan menyampaikan informasi Instagram dan *website*.



Gambar 15. Baju Event

Gambar di atas merupakan desain baju untuk acara Inacraft. Baju didesain sederhana yaitu menggunakan kaos yang berwarna coklat muda dengan aksen tenun di bagian lengan baju. Untuk mempercantik kaos, diberi syal tenun pada leher untuk menunjukkan identitas etnik pada pakaian. Pada bagian belakang kaos, diberi logo produk kerajinan lokal untuk mempromosikan produk kerajinan lokal.



Gambar 16. Gimmick Event

Gambar di atas merupakan desain *gimmick* yang akan diberikan saat acara Inacraft berlangsung. *Gimmick* yang dibuat berupa *pouch*, *cover passport*, serta *notebook* dengan identitas produk kerajinan lokal.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa hal mengenai produk kerajinan lokal dan pentingnya media promosi untuk memperkenalkan suatu produk. Promosi produk kerajinan lokal misalnya menggunakan perpaduan bahan kulit asli dari Indonesia dengan kain tenun Indonesia. Promosi produk kerajinan lokal memiliki tujuan yang sangat baik yaitu melestarikan kerajinan lokal Indonesia, oleh karena itu harus dikenalkan kepada masyarakat luas agar tujuan dari produk kerajinan lokal tercapai. Selain itu, tujuan sekunder produk kerajinan lokal yaitu berdonasi untuk anak dan kaum ibu di pedalaman Indonesia menjadi poin plus dari suatu produk.

Produk kerajinan lokal masih sangat jarang berpromosi dan promosi yang telah dilakukan kurang efektif, padahal teknologi digital saat ini sudah sangat mendukung. Promosi merupakan sebuah cara yang penting untuk merek produk yang belum dikenal masyarakat agar memperkenalkan produk kerajinan lokal tersebut, memperkenalkan visi, misi, dan tujuan, serta menarik minat konsumen agar membeli produk. Citra produk kerajinan lokal yang kurang berkelas, membuat target produk kerajinan lokal tidak terjangkau.

Peran Desain Komunikasi Visual dalam mempromosikan produk lokal ini sangat besar, karena dapat mengubah gaya visual sesuai dengan target produk kerajinan lokal dan media promosi menjadi lebih efektif serta tepat. Selain itu, pembuatan kemasan produk yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan citra produk menjadi tepat sasaran dan lebih menarik. Prototipe perancangan media promosi produk kerajinan lokal diharapkan dapat menjawab kesulitan produk kerajinan lokal dalam mengenalkan produk lokal

ini serta menarik minat masyarakat untuk membeli produk kerajinan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, E. S. (2018). The need of rhetorical design on global brands' websites. *3rd International Conference on Computing, Engineering, and Design, ICCED 2017, 2018-March*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/CED.2017.8308104>
- Gunawan, E. S., & van den Hoven, P. J. (2017). Global Brand Identity as a Network of Localized Meanings. *International Journal of Marketing Studies*, 9(2), 56–67.
- Hidayat, R. (2010). *Cara praktis membangun website gratis*. Elex Media Komputindo.
- KBBI Daring. (2016). *tenun*. Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Republik Indonesia.
- Rashad, M., Susanti, E., & Tjandra, M. (2022). Perancangan Promosi Museum Batik Indonesia untuk Generasi Muda Melalui Instagram. *Serat Rupa Journal of Design*, 6(2), 204–219. <https://doi.org/10.28932/srjd.v6i2.4619>
- Rulli, N. (2017). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan siroteknologi*. Simbiosis Rekatama.
- Sudaryatmo, S. (1999). *Hukum & Advokasi Konsumen*. Citra Aditya Bakti.
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa*. Andi.

PROFIL SINGKAT



Ayu Octaviany, S.Ds menyelesaikan S1 FSRD di Universitas Kristen Maranatha pada tahun 2019. Berprofesi sebagai *art director* di perusahaan *fashion* Indonesia.



Elizabeth Susanti, B.A, M.Ds, Ph.D. adalah dosen FRSD Universitas Kristen Maranatha. Memperoleh gelar doktor di School of Journalism and Communication, Xiamen University, China (2018); gelar master di Fakultas Desain, Institut Teknologi Bandung, Indonesia (2011). Penelitian yang dilakukan di bidang budaya Tionghoa Indonesia, literasi visual, komunikasi lintas budaya, dan retorika periklanan; selain itu, memiliki keahlian di bidang fotografi dan banyak mendapat penghargaan pada lomba dan pameran Kaligrafi di Tiongkok.



Jessica Yonatia, S.Sn., M.Ds., menyelesaikan S1 FSRD di Universitas Kristen Maranatha pada tahun 2007 dan meraih magister desain di Institut Teknologi Bandung pada tahun 2011. Aktif sebagai tenaga pengajar di FSRD UKM, praktisi desain dan entrepreneur.

MEWASPADAI GEJALA SAINTISME INDUSTRI KREATIF DALAM PEMBELAJARAN DAN PRAKTIK SENIRUPA

Karna Mustaqim

Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Esa Unggul, karna.
mustaqim@esaunggul.ac.id

PENDAHULUAN

Kemajuan sains dan teknologi sudah sejak lama memberi pengaruhnya bagi perkembangan dunia seni. Dapat dikatakan secara historis produk seni mencerminkan kemajuan teknologi yang dicapai suatu zaman di pelbagai wilayah peradaban kuno, bahkan lebih jauh lagi temuan-temuan arkeologis menunjukkan bagaimana seni menjadikan dunia kita seperti sekarang ini (Spivey, 2005). Hubungan seni dan teknologi memiliki sejarah panjang nan kompleks namun saling memberi makna satu sama lain dalam pengaruh dan kerja sama, bahwasannya teknologi telahpun memberikan seniman dan desainer metode kerja dan cara-cara baru untuk merupakan hal yang tidak dapat dipungkiri (Silka & Andreja, 2017).

Ditinjau dari sejarah maka teknologi sederhana dengan kebutuhan hidup manusia purba, sejak mulanya mendorong manusia membentuk peralatan yang berguna untuk memudahkan pekerjaannya dan melindungi diri dari binatang buas dan cuaca alam. Selain peralatan teknis dari teknologi sederhana juga ditemukan secara terpisah jejak-jejak kesenirupaan manusia yang tidak kalah tuanya. Sejak revolusi industri pertama abad ke 18 di Inggris (Septianingrum, 2021), maka setiap tahun sains-teknologi meningkat, dimana-mana manusia mengembangkan semakin banyak peralatan teknis untuk menolong pekerjaan sehari-hari mereka (Boitel, 2019). Seiring dengan peningkatan teknologi, sebagaimana bidang-bidang lainnya, tentu saja seni mendapatkan pengaruhnya juga. Dalam banyak hal, seni, sains dan teknologi,

mereka telah berevolusi bersama satu sama lain dalam membentuk kehidupan manusia sehingga mendapatkan posisi di dunia sebagaimana kita lihat dewasa ini (Elgammal, 2019).



Gambar 1. Perkembangan Revolusi Industri dari Pertama – hingga ke Empat. (Sumber: <https://sasanadigital.com/wp-content/uploads/2022/12/Perkembangan-Revolusi-Industri-1024x627.webp>)

Keniscayaan revolusi industri (Gambar 1) umumnya membentuk benak masyarakat dunia bahwa tidak ada lagi sisi kehidupan manusia yang tidak terkena dampak sains-teknologi (Schawb, 2019). Asumsi yang diyakini bahwa segala hal apapun di dunia ini, bidang apapun pasti terkena dampak revolusi industri akan mengalami disrupti, atau guncangan, sehingga suka tidak suka, mau tidak mau, harus mengikuti segala transformasi teknologi agar tak ketinggalan zaman (Savitri, 2019).

Revolusi industri keempat memilih bentuk otomatisasi dunia siber sebagai medan peralihan realitas dunia fisik ke virtualitas dunia mental, yang pada ujungnya memengaruhi fisik manusia kembali. Ruang-ruang siber menciptakan masyarakat siber yang karena lajunya teknologi komunikasi menjadikan laju penyebaran informasi yang sulit dikendalikan. Maka menjalar di akhir abad ke 20 sesuatu yang dicirikan irasional, eklektik radikal, dan pluralitas sebagai wacana posmodernisme (Hadi, 2005). Urgensi masyarakat

sibernetik membutuhkan literasi digital untuk dapat memperluas pemanfaatan teknologi dan media digital bagi kreativitas dalam mengekspresikan diri secara positif, meminimalisir efek negatif dari disinformasi (Nugroho, 2020). Determinisme pelatar digital membentuk paradigma *shareability*, mendorong pengelola media mengejar *traffic* yang menghasilkan sebanyak mungkin klik, *share*, komentar, yang dalam konteks inilah lahir jurnalisme *clickbait* (Sudiby, 2022). Salah satu kebenaran *homo digitalis*, meminjam istilah dari Rafael Capurro, adalah '...irasionalitas yang dihasilkan lewat inkohereni dan kesesatan-kesesatan logis yang sensasional...' (Hardiman, 2021, p. 53).

Tulisan ini mengkritisi industri kreatif dalam konteks gempuran peranti komputer dan improvisasi kecerdasan buatan yang algoritmanya terus ditingkatkan, dimana semua orang akan berpikir bahwasannya keterampilan menggunakan media seni tradisional akan ditinggalkan sepenuhnya dan digantikan dengan kecekatan menyusun perintah logis baris-baris teks di depan komputer dan perangkat teknologis lainnya untuk dapat memproduksi karya-karya seni masa depan.

PEMBAHASAN

Teknologi komputerisasi digital dan *internet of things* telahpun membangun keyakinan baru bagi pelaku industri kreatif bahwa ketrampilan menguasai keduanya adalah modal utama menjalani revolusi industri keempat dan seterusnya. Makin banyak lembaga institusi masyarakat didirikan, semacam Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi (MIKTI), dengan meyakini bahwa digitalisasi adalah kemajuan progresif, suatu bentuk cita-cita modernitas zaman sekarang. Demikian pula yang terjadi pada bidang industri kreatif, sebagaimana bidang industri-industri lainnya, berkeyakinan bahwa segala sesuatu yang berbau digital akan membawa pada kebaruan dan kemajuan di bidang tersebut.

Bidang desain sendiri merupakan bentukan dari perpaduan seni dan teknologi, seperti komputer grafis, lukisan digital, pencetakan

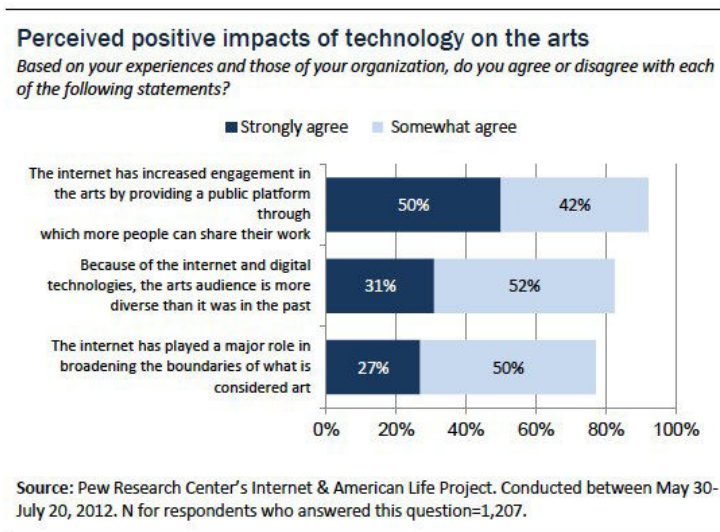
tiga dimensional, gim virtual dan musik elektronik gim, untuk menyebut sedikit contoh dari komputasional di dunia seni rupa dan desain. Desain produk industrial sendiri sudah sejak semula merupakan bentukan dari pengetahuan saintifik berkelindan dengan cakrawala estetikanya jiwa manusia. Bangunan desain arsitektural tidak mungkin terlepas dari pemanfaatan teknologi dari zaman ke zaman, dari revolusi industri satu ke revolusi industri berikutnya.

Namun, terdapat hal esensial yang perlu diwaspadai dengan hadirnya percepatan teknologis dan kemudahan akses pada informasi dewasa ini. Dampaknya terhadap pembelajaran seni, yang diantaranya seni murni dan desain terapan menjadi tulang punggung bagi dasar-dasar industri kreatif. Adanya kecenderungan mengusung produk-produk kreatif yang diproduksi melalui kemudahan-kemudahan digitalisasi menggiring pada pemikiran mendasar tentang otomatisasi di segala bidang pekerjaan. Berangkat dari masa awal revolusi industri dengan berkembangnya mesin-mesin mulai dari otomatisasi mekanikal produksi manufaktur, kini mulai memasuki era otomatisasi manufaktur digital.

Digitalisasi, dan atau *internet of things*, memengaruhi cara pandang demokratisasi di segala hal, termasuk pemikiran bahwa setiap orang adalah desainer dan dengan pengembangan perangkat aplikasi komputer dan gawai, maka siapa saja dapat mendesain sesuai keinginannya tanpa batas. Ketidakmengenal batasan inilah yang tampaknya akan menjadi persoalan tersendiri. Tom Nichols (2018) menyebutnya sebagai obsesi memuja ketidaktahuan dalam bukunya 'Matinya Kepakaran' – *The Death of Expertise* (2017), yang barangkali justru bisa menjadi tidak 'Enaknya Berdebat dengan Orang Goblok' karya Puthut EA (2018), karena semua orang di segala usia, selagi terjangkau jaringan *wifi* internet, maka dapat memperoleh 'pengetahuan' apa saja dari saluran-saluran, situs-situs media baik berupa teks, audio dan video. Semakin hari semakin baik kualitas tampilan performatif visual dan suaranya, dan dengan teknik kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) muncul beragam aplikasi yang orang-orang tidak perlu susah payah memelajari

pembuatannya. Semua orang bisa merasa menjadi pintar tentang segala sesuatu, sehingga menjadi ketidaktahuan yang menggejala melupakan adanya manusia pintar yang harus bekerja terlebih dulu mencari, membangun dan memuatkan pengetahuan-pengetahuan di saluran-saluran pengetahuan itu.

Mawas diri atau kewaspadaan terhadap kemungkinan ketidaktahuan ini dibutuhkan semenjak dini, yaitu sebentar kesadaran tentang adanya landasan mendasar yang secara tidak kita sadari punya andil membentuk pengetahuan kita. Teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi digital, memang secara signifikan memberi peluang baru bagi dunia industri kreatif terutama pada pembelajaran seni rupa dan desain. Sejak sepuluh tahun yang lalu riset-riset publik seperti ditunjukkan pada Gambar 2 di bawah ini, menunjukkan respon positif atas dampak teknologi bagi dunia seni.



Gambar 2. Pendapat Umum terhadap Manfaat Internet bagi dunia Seni. (Sumber: <https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/media/C3BB98FF4ECA496C9514CC949DE661E4.jpg>)

Keyakinan atas dasar hasil-hasil pengukuran dan kondisi kekinian industri kreatif ini menuntut perubahan dasar-dasar pembelajaran dan juga luaran-luaran hasil belajar seni rupa dan desain, yaitu keharusan melibatkan, menggunakan, dan memproduksi produk atau karya seni dan desain yang berteknologi tinggi. Seni dengan media tradisional harus digantikan atau dipadukan dengan media baru demi menjaga keberlangsungan atau kekontemporeran suatu karya sebagai hasil pembelajaran yang memenuhi kebutuhan zaman. Muncullah selari dengan itu tuntutan agar setiap persoalan seni dan desain harus diselesaikan dengan pendekatan ilmiah atau sikap ilmiah, suatu point utama dalam gejala saintisme yang telah muncul sejak abad Pencerahan di Perancis abad ke-18 (Taufiqurrahman, 2021). Akibat saintisme di Eropa muncullah krisis ilmu pengetahuan dikarenakan cara pandang yang menyeragamkan semua metode ilmiah adalah metode ilmu alam positivistik yang dapat diterapkan di segala bidang, meskipun itu di luar objek-objek ilmu alam (Prajna-Nugroho, 2022), seperti yang terjadi pada seni rupa dan desain.

Sebagaimana dewasa ini, karena tuntutan keilmiahan yang tidak disadari dasar ontologisnya, maka setiap karya seni dan desain dituntut menggunakan data ilmiah serta permintaan akan pembuktian atas asumsi hipotesis dalam berkesenian atau mendesain segala sesuatunya. Padahal ontologi positivis yang berpusat pada fakta alamiah yang ditelisik oleh pengamat, bukan pembuat karya seni. Epistemologi positivisme didapat dari pengerjaan metode ilmiah dimana diandaikan seorang perupa, seniman, desainer bekerja bak peneliti yang mengobservasi sesuatu gejala kreatif kemudian membangun hipotesis, lalu melakukan eksperimen dan verifikasi. Berbeda dengan penelitian saintifik, yang ujungnya menemukan semacam formula atau hukum ilmiah, seorang seniman dan atau desainer berakhir dengan menciptakan karya berupa benda seni atau produk desain. Aksiologi positivis memercayai bahwa penerapan metode ilmiah membawa pada kebenaran yang objektif, netral dan bebas nilai (Wibowo, 2022), sedangkan Seni pada dasarnya terkait dengan nilai-nilai humanis tertentu yang membentuk peradaban manusia dari zaman ke zaman.

Kreativitas dan inovasi menjadi dua jargon yang paling digaungkan belakangan ini. Peranan humanitas kemanusiaan tampaknya diukur dengan keberhasilan menciptakan produk-produk baru yang kreatif dan inovatif, namun dalam bingkai kesuksesan ekonomis dan terobosan saintifik. Walau demikian, kebanyakan buku-buku bertemakan pendidikan dunia seni masih mengutamakan kritik terhadap sisi nilai kemanusiaan dalam pembelajaran dan praktik berkesenian (Irawan, 2017; Masunah & Narawati, 2003; Pamadhi, 2012; Prawira & Tarjo, 2018; Rohidi, 2014; Sobandi, 2008; Sugianto & Rohidi, 2021; Sutiyono, 2012; Triyanto, 2017).

Diskusi dan pemahaman akan dampak teknologis dan saintifikasi, tuntutan keharusan mengilmiahkan senirupa dan desain, belum begitu banyak dikemukakan. Digitalisasi dan komputasional yang menjadi medium baru bagi senirupa dan desain belum menjadi bahan diskusi kritis, selain ungkapan umum bahwa seni dan desain mendaya-gunakan teknologi sebagai medium untuk kreativitasnya, sedangkan paradigma saintisme yang mewajibkan penyertaan tulisan-tulisan laporan karya berbasis keilmiah ala riset sains teknologi kurang mendapat perhatian yang kritis. Muncul anggapan bahwa tanpa penulisan yang berbasis keilmiah saintifik, maka penulisan tentang dan karya seni dan produk desain itu sendiri dipandang kurang dapat bersaing di dunia pendidikan tinggi, terutama dalam mendapatkan hibah-hibah, apabila tidak mengikuti kaidah-kaidah keilmiah dunia sains teknologis.

Sekali lagi, teknologi pencarian otomatisasi dan kecerdasan buatan tidak terhindarkan pengaruhnya di seni pada berbagai media. Kemajuan niscaya memengaruhi cara seniman dan desainer berhubungan dengan karya mereka. Tidak mungkin dipungkiri bahwa sebelumnya tidak pernah terpikirkan akan semudah ini teknologi informasi dan komunikasi meningkatkan aksesibilitas terhadap data dari berbagai citra gambar, dan teks pemikiran di tingkat global sehingga memperluas cakrawala kreativitas para penggunanya. Saat ini, intuisi dunia komputer lebih mirip manusia,

salah satu cabang kecerdasan buatan, yaitu algoritma pembelajaran mesin – *machine learning (ML)* memungkinkan komputer untuk mengartikan semua data baik terstruktur maupun yang tidak. Pembelajaran mesin mengubah setiap jejak data yang tidak terstruktur menjadi sumber kekayaan data yang terorganisir dan didambakan (Armstrong, 2021).

Hasilnya teknikalitas perangkat gawai dan aplikasinya telah mengubah cara kerja para seniman dan desainer, meski didahului dengan memimikri cara kerja media dan peralatan alat tradisional seperti warna cat, pensil, airbrush, ukiran hingga bangunan arsitektural dari teknologi terdahulu, dalam upaya menciptakan ide-ide orisinal dan inovatif di tengah-tengah gempuran pandangan sebelah mata yang menilai dengan khawatir bahwa produk seni dan desain yang dikarang secara digital dan artifisial (semacam pemodelan obyek rupa tiga dimensional virtual dengan perangkat lunak) seringkali dinilai sebagai versi yang kurang otentisitasnya. Sementara disisi lain, seniman digital dan desainer yang bekerja dengan arus digitalisasi harus terus berkolaborasi agar dapat menguasai beragam perangkat dan peralatan dan mengasah ketrampilan teknik mereka, sehingga mereka dapat menerjemahkan visi dan melahirkan buah imajinasi kreatif yang otentik. Namun, pertanyaannya, masih adakah yang orisinal atau otentik di dunia yang serba digital artifisial ini?

Lukisan-lukisan terkenal dapat dengan mudah direproduksi, lukisan dapat pula digubah oleh seorang desainer grafis atau peretas komputer pada tingkat yang sangat maju melalui ketersediaan beragam fitur opsional guna mengutak-atik (*tweaking*) sehingga mendapatkan setelan terbaik (*fine-tuning*) yang membuka kemungkinan-kemungkinan tanpa batas bagi siapa saja, bukan hanya seniman atau desainer, berkesempatan untuk mengekspresikan diri dengan lebih kreatif dan atraktif. Pada akhirnya, teknologi canggih ini bagaimanapun dapat dikatakan memunyai potensi meredam nyala hasrat kreativitas, karena bukan hanya seniman atau desainer yang terserap oleh kemampuan teknologi yang sangat besar ini,

namun karena kecanggihan teknologis ini memudahkan bagi siapa saja untuk mengakses dan mengolah sejauh-jauh yang masing-masing inginkan, tanpa perlu merasakan apalagi menyadari ideologi paradigmatik 'saintisme' yang melatar-belakangi situasi kondisi kontemporer ini. Jargon kecanggihan mesin ini umumnya kita dengungkan sebagai hanya imajinasilah yang menjadi batasan pemikiran manusia.

Diantara beberapa seniman lawas yang mampu beradaptasi, seperti David Hockney di usianya yang ke-76 tahun, pelukis cat minyak terkenal, kini mendapatkan ketenarannya kembali lewat gawai tablet digital sebagai alat dan medium utama kekaryannya. Namun, dengan hadirnya kecanggihan kecerdasan artifisial di perangkat lunak yang mampu menjelajah, menyusun komposisi dan sekaligus menawarkan beragam alternatif dengan penggunaan *filter* dan *template* apapun, maka seni digital pun kini dipaksa dalam waktu singkat untuk segera melakukan remediasi atau *refashion* kembali. Komputerisasi seni, yang awalnya hanya merupakan eksperimentasi para perancang perangkat lunak untuk menunjukkan bahwa mesin komputer dapat mengkreasikan luaran yang mirip karya seni, kini menuntut kesetaraan pengakuan dengan memungkinkan penyusunan komposisi pengkodean pemrograman perangkat lunak semacam *Processing* yang lahir di Media Lab. MIT sejak 2001 lalu.

Sulit untuk tidak melebih-lebihkan pentingnya literasi komputasional di kehidupan abad ke-21 ini. Pemrograman komputer, yang dulunya merupakan keterampilan esoteris dalam teknik dan bisnis, kini mendapatkan penerapan yang luas pada bidang-bidang kreatif seperti tentu saja seni rupa, desain, arsitektur, musik, humaniora, jurnalisme, aktivisme, puisi, dan lainnya. Kreator kode kreatif adalah mereka yang kita kenal sebagai seniman, desainer, arsitek, musisi, dan penyair yang mulai menggunakan pemrograman komputer dan perangkat lunak khusus sebagai pilihan media ekspresi mereka. Praktik berkesenian ini mengaburkan perbedaan antara seni dan desain dan sains dan teknik, dan mudah tergelincir dalam peristilahan bidang interdisipliner. Pembelajaran kreatif

semacam ini telah menghadirkan serangkaian praktik kebudayaan yang tengah berkembang dikenali sebagai “pengkodean kreatif” (*creative coding*) (Levin & Brain, 2021).

Hal-hal yang penulis ungkapkan dalam kalimat-kalimat di atas mungkin akan dirasakan menggiring kepada pemahaman bahwa segala sesuatunya sudah terkomputisasi sedemikian dalamnya. Maka dengan kondisi yang demikian, setiap kerja dan karya seni dan desain seharusnya diukur efektifitas dan efisiensinya berdasarkan ukuran-ukuran yang sesuai dengan keilmiahain saintifik, yaitu keilmiahain dunia komputer. Lalu, pertanyaannya, pengukuran kreativitas dalam dunia komputasi ini memakai alat ukur apa? Adakah keasyikan bermain dengan pengkodean kreatif berujung pada hasil nominal bernilai ekonomis nan produktif?

Pada kenyataannya, memang kreativitas bukanlah eksklusif yang disangka hanya ditunjukkan di bidang senirupa dan desain, namun dorongan bermain di dunia seni inilah yang sebaliknya menjadi rujukan atau orientasi bagi bentuk kreativitas di bidang sejenis sains teknologi komputasional sekalipun. Maka dari itu, dibutuhkan keterlibatan apresiasi dan kritik seni yang bisa menilai secara maknawi hasil kreativitas karya seni digital dan artifisial dengan timbang rasa kesadaran untuk tidak jatuh ke dalam saintisme akibat rasa inferioritas medium seni tradisional pada umumnya dihadapan kecanggihan performatif seni media baru, yang artifisial sekalipun. Kecerdasan buatan bergantung pada kreativitas penyusun programnya, ianya sebagai mesin dengan kecanggihan yang terus menerus ditingkatkan, cukup handal meniru beberapa sikap-sikap manusia, namun tidak dapat memahami pengalaman emosional. Hal-hal emosional tidak bisa diduplikasi karena komputer tidak bisa ‘merasakan’ apa-apa, hal itu dikarenakan komputer hanya bisa mengolah data dan fakta, tetapi pemahaman manusia akan ‘sesuatu’ adalah sumbernya data dan fakta-fakta (Marks II, 2022). Manusia sendiri bukanlah seenggok basis data atau serangkaian data faktual, akan tetapi manusia adalah ‘makhluk’ yang menciptakan dirinya, dimana dirinya dan dunia fakta membentuk dalam ketika proses

menghidupi atau menghayati kehidupannya di dunia itu sendiri (Dreyfus, 1992).

PENUTUP

Kewaspadaan terhadap gejala saintisme yang dikritisi dalam tulisan ini kiranya adalah agar tuntutan keilmiahan pada bidang senirupa dan desain tidak serta merta diartikan bahwa setiap pemanfaatan atau pengaplikasian teknologi baik itu metode caranya atau peralatan teknis yang digunakan maka sebuah karya seni atau desain terapan secara otomatis memunyai nilai lebih dari medium sebelumnya. Walhal, nilai-nilai itu adanya bukan pada penerapan peralatan teknis teknologis atau digitalisasi melainkan pada kesadaran atau mawas diri dalam menggunakan dan mengaplikasi teknologi dalam proses bermain, kebersenian dan kekaryaannya. Seniman dan desainer seharusnya belajar menjaga jarak dan menimbang tempat ketimbang hanyut dalam arus teknokratis. Akhirul kata, dengan mengibaratkan seorang peneliti yang meneliti virus tanpa harus menyerap virus ke dalam tubuhnya, demikian sebaiknya pula disarankan seniman dan desainer membangun disiplin keilmuannya yang seyogyanya bukan murni saintis, melainkan jadi seorang *homo digitalis* yang humanis (*digital humanities*) yang punya andil membangun industri kreatif tanah air.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, H. (2021). *Big Data, Big Design: Why Designer Should Care About Artificial Intelligence*. New York: Princeton Architectural Press.
- Boitel, R. (2019, January 17). *How has technology affected the arts?* Retrieved February 21, 2023, from iNews Network: <https://inewsnetwork.net/4723/arts-entertainment/how-has-technology-affected-the-arts/>
- Dreyfus, H. L. (1992). *What Computers Still Can't Do : A Critique of Artificial Reason*. London: MIT Press.
- Elgamal, A. (2019). AI Is Blurring the Definition of Artist. *American Scientist*, 107(1), 18. doi:10.1511/2019.107.1.18

- Glassner, A. (2010). *Processing for Visual Artists : How to Create Expressive Images and Interactive Art*. New York: CRC Press.
- Hadi, A. (2005). *Matinya Dunia Cyberspace: Kritik Humanis Mark Slouka Terhadap Jagat Maya*. Yogyakarta: LKiS.
- Hardiman, F. B. (2021). *Aku Klik Maka Aku Ada: Manusia dalam Revolusi Digital*. Yogyakarta: Kanisius.
- Irawan, D. (2017). *Paradigma Pendidikan Seni*. Yogyakarta: Thafa Media.
- Levin, G., & Brain, T. (2021). *Code as Creative Medium*. London: The MIT Press.
- Marks II, R. J. (2022). *Non-Computable You: What You Do That Artificial Intelligence*. Seattle: Discovery Institute Press.
- Masunah, J., & Narawati, T. (2003). *Seni dan Pendidikan Seni: Sebuah Bunga Rampai*. Bandung: P4ST UPI.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru dan Disrupsi Informasi*. Jakarta: Kencana.
- Pamadhi, H. (2012). *Pendidikan Seni*. Yogyakarta: UNY Press.
- Prajna-Nugroho, I. (2022). Edmund Husserl: Fenomenologi Menjawab Krisis Ilmu Pengetahuan Modern. In A. S. Wibowo (Ed.), *Cara Kerja Ilmu Filsafat dan Filsafat Ilmu* (pp. 139-155). Jakarta: KPG.
- Prawira, B. G., & Tarjo, E. (2018). *Belajar dan Pembelajaran Seni Rupa*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Rohidi, T. R. (2014). *Pendidikan Seni: Isu dan Paradigma*. Semarang: Cipta Prima Nusantara.
- Savitri, A. (2019). *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*. Yogyakarta: Genesis.
- Schawb, K. (2019). *Revolusi Industri Keempat*. (A. Tarigan, Ed., F. Diena, & A. Tarigan, Trans.) Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Septianingrum, A. (2021). *Sejarah Revolusi Industri*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Silka, P., & Andreja, V. (2017, July 25). *The Serious Relationship of Art and Technology*. Retrieved February 20, 2023, from Widewalls: <https://www.widewalls.ch/magazine/the-serious-relationship-of-art-and-technology>
- Sobandi, B. (2008). *Model Pembelajaran Kritik dan Apresiasi Seni Rupa*. Solo: Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi.

- Spivey, N. (2005). *How Art Made the World*. New York: Basic Books.
- Sudibyo, A. (2022). *Dialektika Digital*. Jakarta: KPG.
- Sugianto, E., & Rohidi, T. R. (2021). *Pendidikan Seni Berbasis Masyarakat*. Semarang: LPPM UNNES.
- Sutiyono. (2012). *Paradigma Pendidikan Seni di Indonesia*. Yogyakarta: UNY Press.
- Taufiqurrahman. (2021). Sains Memang Tidak Sempurna, tapi Ia adalah Jenis Pengetahuan Terbaik yang Mungkin Kita Punya. In Z. Rofiqi (Ed.), *Polemik Sains* (pp. 39-46). Jakarta: IRCiSOD.
- Triyanto. (2017). *Spirit Ideologis Pendidikan Seni*. Semarang: Cipta Prima Nusantara.
- Wibowo, A. S. (2022). Auguste Comte: Positivisme. In A. S. Wibowo (Ed.), *Cara Kerja Ilmu Filsafat dan Filsafat Ilmu* (pp. 91-115). Jakarta: KPG.

GLOSARIUM

- Indusri Kreatif : Industri yang lahir dari kreativitas, keterampilan, dan bakat yang kemudian berpotensi membuka lapangan pekerjaan dan penciptaan kekayaan melalui eksploitasi intellectual property (IP).
- Performatif : Ditunjukkan, sesuatu yang diperlihatkan perbuatannya, ditampilkan hasilnya.
- Kebersenian : Mengandung praktis seni yang bersifat artistik maupun estetik.

PROFIL SINGKAT



Karna Mustaqim, menyelesaikan studi desain komunikasi visual, kemudian melanjutkan studi ke bidang senirupa. Sejak lama bermain dengan tipografi desain grafis, melukis digital dan meneruskan studi visualisasi musikal dan berakhir dengan studi komik. Tertarik pada seni komik, dan *asemic writings*, menggambar garis-gemaris serta kartun. Bekerja sebagai dosen di Universitas Esa Unggul, dan melanjutkan kehidupan akademik dengan meneliti melalui praktik artistik dan sedang belajar tentang fenomena pengalaman estetik.

MENGURANGI LIMBAH, MENINGKATKAN KETERAMPILAN, MENAMBAH PENDAPATAN MELALUI KREASI *FASHION UPCYLING*

Seriwati Ginting, Monica Hartanti, Yosepin Sri Ningsih,
Wenny Anggraini Natalia Heddy Heryadi, Hendra Setiawan
Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Kristen Maranatha
Email korespondensi: monica.hartanti@art.maranatha.edu

ABSTRAK

Fesyen menjadi gaya hidup masa kini. Penampilan adalah bagian yang tidak terpisahkan dari keseharian manusia. Semakin baik tingkat perekonomian seseorang maka kecenderungan untuk tampil *fashionable* turut menyertai. Selain itu semakin maraknya perkembangan dunia fesyen menjadi daya tarik tersendiri. Akibatnya banyak orang berbelanja fesyen, bukan karena kebutuhan tetapi karena penampilan. Tawaran potongan harga mengakibatkan adanya *impulse buying* para produk fesyen. Kondisi ini menyebabkan terjadinya penumpukan pakaian yang tidak digunakan. Hukum ekonomi yang mengatakan semakin banyak permintaan maka produksi semakin meningkat tidak terelakkan lagi. Limbah fashion dari tekstil turut meningkat. Melihat kondisi ini Tim PkM mengambil suatu upaya untuk kreasi ulang limbah pabrik denim dan kaos serta agar menjadi produk fesyen yang memiliki nilai lebih dan berumur lebih panjang. Tidak berhenti disitu, tetapi seluruh karya yang dihasilkan oleh peserta dengan *fashion upcycling* ini kemudian dipasarkan sehingga terjadi pemberdayaan bagi masyarakat. Peserta tidak hanya mendapatkan keterampilan *fashion upcycling* namun juga terinsiprasi untuk meningkatkan pendapatan mereka dan juga komunitasnya.

Kata Kunci: Fesyen, Keterampilan, Pemberdayaan, Upcycling

ABSTRACT

Fashion is a lifestyle today. Appearance is an inseparable part of human life. The better a person's economic level, the tendency to appear fashionable also accompanies it. In addition, the increasingly widespread development of the fashion world is a special attraction. As a result, many people shop for fashion, not because of needs but because of appearance. Offers of price discounts result in impulse buying of fashion products. This condition causes the accumulation of clothes that are not used. The economic law says that the more demand, the more production is inevitable. Fashion waste from textiles has also increased. Seeing this condition, the Maranatha Christian University Faculty of Art and Design community service team tried to re-create denim and t-shirt from factory waste to make them into fashion products that have more value and last longer. It doesn't stop there; all the works produced by the participants in this upcycling fashion are then marketed so that community empowerment occurs. Participants gain upcycling fashion skills and are inspired to increase their income and that of their community.

Keywords: Fashion, Skills, Empowerment, Upcycling

PENDAHULUAN

Semakin menumpuknya pakaian yang tidak digunakan karena trend gaya hidup bukan rahasia umum lagi. Penampilan menjadi suatu kebutuhan. Bahkan ada yang menganggap bahwa semakin *fashionable* seseorang maka diyakini memberi kebahagiaan dan kesenangan dalam melakukan aktivitas sepanjang hari. Hati yang gembira menjadi obat yang mancur. Pakaian yang menumpuk, tidak digunakan menjadi sia-sia. Begitu juga halnya sisa dari pembuatan produk fesyen dari pabrik yang menumpuk. Perlu suatu gerakan dan kesadaran dari masyarakat untuk memanfaatkan pakain pakain yang sudah tidak digunakan tersebut menjadi sesuatu yang berguna. Tim pengabdian masyarakat (PkM) mengambil kesempatan ini untuk berbagi keahlian dan keterampilan yang dimiliki oleh dosen dosen FSRD UK. Maranatha. Kegiatan PkM ini juga melibatkan mahasiswa

untuk memberikan kesempatan menimba ilmu, berinteraksi secara langsung dengan masyarakat yang ikut dalam kegiatan edukasi *fashion upcycling*. Hal lain yang menarik adalah biaya untuk berkreasi *fashion upcycling* relative kecil, karena bahan dasarnya adalah produk fesyen tidak terpakai yang sudah ada di rumah masing-masing serta sisa bahan industri fesyen yang merupakan limbah pabrik mereka.

Melalui kreativitas dengan menggunakan teknik jahit manual yang mudah maka kaos dan denim yang sudah tidak digunakan dapat diubah menjadi menjadi Rok A-line, *Tote bag*, kaos tie dye dan Makrame dengan tampilan baru yang unik.

GKP Bandung dari SMAK BPPK Bandung mempunyai harapan agar jemaat dan siswa diberi keterampilan dengan menggunakan bahan yang ada dan hasil akhirnya dapat digunakan sendiri atau dijual sehingga meningkatkan wawasan, semangat kewirausahaan serta dapat memanfaatkan setiap kesempatan sebagai peluang untuk usaha. Kegiatan ini dapat menjawab harapan peserta yang tampil berbeda dengan menggunakan bahan yang sudah ada sekaligus juga dapat menghemat biaya untuk membeli produk fesyen. Melalui kegiatan ini limbah fesyen dapat ditekan atau dikurangi. Limbah fesyen meningkat, mulai dari sisa-sisa kain yang terbuang, tidak terpakai maupun pakaian yang sudah tidak dipakai karena dianggap sudah usang atau karena sudah tidak sesuai dengan trend (Hayon, 2019). Semakin meningkatnya minat masyarakat terhadap fesyen memberikan pengaruh yang baik terhadap industri tekstil namun di sisi lain perlu diwaspadai sebab menjadi penyebab tingginya limbah fesyen yang berasal dari produksi pakaian. Penampilan memang perlu. Namun tidak selalu harus membeli barang baru. Kesiediaan untuk melakukan *upcycling* menjadi cara berpartisipasi terhadap lingkungan, menjaga bumi (<https://liputan6.com>)

Fakultas Seni Rupa dan Desain menanggapi surat permohonan untuk memberikan pengabdian kepada SMAK BPPK Bandung dan Gereja Kristen Pasundan (GKP) Jemaat Bandung. Pengabdian yang diberikan diharapkan tidak sekedar menambah pengetahuan (*knowledge*) tetapi menambah keterampilan yang dapat langsung

dipraktekkan dan memiliki nilai jual serta ramah lingkungan. Merespon surat tersebut maka yang paling tepat adalah melakukan kegiatan *fashion upcycling*. Adanya himbauan sayang sandang, sayang alam bisa langsung dipraktekkan. Gempuran trend baru dapat dikreasikan melalui *fashion upcycling* agar limbah industri fesyen dapat ditekan dan lingkungan lebih terjaga kelestariannya. Limbah fesyen meningkat, disebabkan oleh adanya sisa-sisa kain yang terbuang, karena tidak terpakai maupun karena semakin banyaknya jumlah pakaian yang sudah tidak dipakai karena dianggap sudah usang/tidak sesuai dengan trend (Maria Ermilinda Hayon, 2019). Oleh sebab itu teknik *upcycling* dapat dijadikan solusi untuk mengatasi limbah pabrik sekaligus tetap bisa tampil mengikuti trend. Dalam kegiatan ini tim juga menyediakan hadiah bagi peserta yang memiliki karya terbaik. Hal ini dilakukan agar peserta melakukan kreasi *upcycling* dengan sepenuh hati, melakukan kreasi dan padu padan dari bahan-bahan yang ada.



Gambar 1. Flyer sosialisasi PkM

Mitra PkM

Adapun mitra PkM dalam kegiatan ini adalah Gereja Kristen Pasundan (GKP) Jemaat Bandung, Sekolah Menengah Atas Kristen (SMAK) dari Yayasan Badan Perguruan Kristen Pasundan (YBPK) Bandung serta PT. Multi Sandang Tamajaya. Gereja Kristen Pasundan (GKP) Jemaat Bandung memiliki jumlah jemaat sekitar tujuh ratus jemaat dan merupakan salah satu gereja pendukung Universitas Kristen Maranatha. Sementara itu YBPK merupakan Yayasan Pendidikan yang menaungi sekolah dari tingkat Sekolah dasar

(SD), Sekolah menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) serta ada juga taman kanak-kanak (TK). Sementara itu PT. Multi Sandang Tamajaya merupakan mitra industri FSRD Universitas Kristen Maranatha yang bergerak dalam tekstil (denim) yang peduli dengan pemanfaatan limbah fesyen.



Gambar 2. Gereja Kristen Pasunda Jemaat Bandung dan SMAK BPPK Bandung Sumber : <https://twitter.com/gkpbandung>
<https://www.60menit.co.id/2020/02/smak-bppk-bandung-dan-pasmak-jalin.html>

Metode Pelaksanaan PkM

Persiapan Pengabdian diawali sebagai tindak lanjut dari surat yang dikirimkan oleh mitra yaitu GKP Jemaat Bandung yang berlokasi di Jalan Kebon Jati 108 Bandung. Di samping gereja tersebut merupakan Gedung dari SMAK sehingga pengabdian ini diberikan kepada jemaat dan kepada siswa SMA. Dalam perapan ini dilakukan pertemuan antara pihak-pihak terkait. Pertemuan awal dilakukan bertempat di Gereja Kristen pasundan untuk menyampaikan hal-hal yang bersifat teknis. Sebab kegiatan pengabdian ini kami awali dengan pemaparan tentang dampak negatif *fast fashion* tujuan dan manfaat dari *fashion upcycling*. Diharapkan dengan penambahan wawasan terhadap dampak dari limbah industri mendorong peserta lebih semangat dan antusias dengan *upcycling*. Semangat dan antusias ini diharapkan bukan hanya pada saat kegiatan dilakukan tetapi juga dalam keseharian mereka. Melalui kegiatan ini peserta juga disadarkan tentang pentingnya karakter yang gigih, tidak mudah menyerah dan mau

berkreasi. Lebih jauh harapan tim pengabdian agar masing-masing peserta dapat juga menjadi agen pembaharuan di tempat mereka masing-masing dengan memberikan pelatihan *fashion upcycling*. Kebiasaan baik yang dilakukan secara terus-menerus dan berulang-ulang dapat menjadi karakter yang baik. Karakter merupakan ciri moral yang dimiliki seseorang yang membedakannya dengan orang lain (Ginting, 2022). Kesadaran pentingnya *upcycling* dapat juga dijadikan Gerakan moral. Setiap manusia memiliki kewajiban moral terhadap dirinya, apabila kewajiban tersebut dapat tidak dipenuhi maka akan mendapat kerugian dan kesulitan, (Heri Gunawan, 2017). Kesulitan dan kerugian yang dimaksudkan dalam tulisan ini bukan hanya kerugian pribadi tetapi kerugian bagi masyarakat.

Persiapan dan Pelaksanaan PKM

1. Pertemuan pertama dengan pihak Gereja Kristen Pasundan (GKP) jemaat Bandung dengan kepala sekolah SMAK YBPK Bandung terkait peserta, tempat dan jadwal bazar.
2. Membentuk tim PKM yang melibatkan Dosen dan Mahasiswa
3. Menyiapkan Proposal PKM
4. Mengumpulkan denim dan kaos bekas dari mahasiswa, jemaat dan siswa
5. Melakukan pembagian tugas dalam tim
6. Melakukan simulasi *fashion upcycling* bersama Dosen dan mahasiswa
7. Membuat *flyer* sosialisasi dan video pembelajaran yang akan dibagikan kepada peserta
8. Menyiapkan peralatan pendukung lainnya seperti jarum, benang, uang logam dan lain-lain
9. Menghitung sisa limbah denim dari PT. Multi Sandang Tamajaya
10. Membentuk group WA bagi peserta agar berbagai informasi terkait pelaksanaan kegiatan dapat disampaikan dengan lebih mudah

11. Mengirimkan video tentang Teknik *upcycling* agar dipelajari terlebih dahulu
12. Menyiapkan bahan bahan *upcycling* sesuai dengan barang yang akan dibuat (toge bag, rock aline, atau kaos toie dye)
13. Melaksanakan kegiatan sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati
14. Melakukan penjurian karya terbaik
15. Melakukan pelabelan produk *fashion upcycling* karya peserta
16. Memasarkan produk *fashion upcycling* karya peserta di bazar

Pelaksanaan PkM di Hari-H



Gambar 3. Panitia dan Peserta PkM

Kegiatan *upcycling* diawali dengan doa dan sambutan dari GKP kemudian sambutan dari pihak FSRD dilanjutkan dengan pemaparan materi. Acara dilanjutkan dengan memutar ulang video teknik jahit untuk *fashion upcycling* dan setelah itu kemudian dibagi kelompok WA. Peserta yang memilih kelompok didasarkan pada minat mereka terhadap barang barang yang akan dibuat. tersebut

juga diseling dengan pemutaran video untuk memudahkan semua peserta mengikuti kegiatan upcycling. Tahapan pembuatan upcycling diuraikan seperti di bawah ini:

1. T-shirt dengan teknik Bleach Tie Dye

Diawali dengan mengenalkan ulang bahan-bahan yang akan digunakan. Adapun bahan-bahan tersebut adalah kaos bekas yang berwarna (kecuali warna putih), pemutih, karet gelang, uang logam, sarung tangan, plastic. Selanjutnya uang logam yang telah disiapkan, diikatkan pada bagian kaos sesuai dengan yang diinginkan. Setelah semua uang logam diikatkan pada bagian-bagian kaos maka meja diberi alas telebih dahulu. Setelah itu dengan menggunakan sarung tangan pemutih kain disemprotkan ke bagian-bagian uang logam. Kemudian biarkan selama dua jam. Dilakukan secara merata. Setelah semua bagian kain disemprot maka dibiarkan selama dua jam. Setelah dua jam, kaos tersebut dibilas dan dijemur. Hasilnya kita mendapatkan kaos baru, warna baru dan juga ada gradasi warna. Peserta sangat gembira melihat kaos bekas mereka menjadi tampak baru lagi.



Gambar 4. Kaos Tie dye

2. T-shirt (kaos) dengan teknik Makrame

Berbeda dengan Teknik tie dye yang memberikan warna yang baru maka Teknik ikat tidak mengubah warna tapi memberikan

tampilan yang baru. Berikut ini bahan bahan yang dibutuhkan; kaos, gunting kain, pensil, penggaris dan jarum pentul. Tahapan pelaksanaan adalah dengan membuang lipatan kaos pada bagian bawah dan bagian tangan. Setelah bagian bawah kaos dan bagian tangan digunting maka dengan menggunakan penggaris bagian bawah dibuat jarak masing masing 1 cm dengan panjang 25 cm. Setelah semua dikasih tanda dengan menggunakan penggaris, digunting lurus mengikuti tanda yang sudah dibuat pada kaos, agar tidak bergeser perlu sematkan jarum pentul. Setelah selesai bagian bawah kita berpindah ke bagian lengan. Untuk bagian lengan digunting dengan jarak 1cm dan Panjang 6 cm. Setelah semua bagian tergunting maka bagian bawah kaos tersebut ditarik agar tali bekas gunting semakin memanjang dan mengecil. Tali tali tersebut diikat dengan seling satu. Tali yang seling satu dikat kembali dengan posisi yang lebih bawah. Untuk tali pada lengan kaos hanya sekali ikat saja. Lihatlah hasilnya trendi siap untuk digunakan atau pun dijual.



Gambar 5. Kaos Makrame

3. Tote bag Patchwork

Upcycling ini merupakan salah satu yang peminatnya cukup tinggi. Berikut ini bahan bahan yang diperlukan denim bekas, benang sulam aneka warna, jarung, dan jarum pentul. Langkah

selanjutnya peserta dapat menggunting bahan-bahan tersebut sesuai dengan selera dan kreasi masing-masing (ada yang berbentuk tangan, berbentuk bunga, berbentuk kupu-kupu, berbentuk daun, ataupun berbentuk pohon), kemudian diletakkan di bahan dasar tote bag. Setelah tersusun dan sesuai dengan keinginan (tim mengingatkan penting untuk memperhatikan komposisi warna, keindahan dan kerapian).

Apabila sudah sesuai dengan keinginan maka semua yang ditempel tersebut direkatkannya dengan menggunakan jarum pentul. Tujuannya agar tidak bergeser. Langkah berikutnya adalah dengan menjahit semua tempelan yang telah disusun. Disamping adalah salah satu karya terbaik yang dibuat oleh peserta.



Gambar 6. Tote bag

4. Rok A-line Patchwork dan Tusuk Hias

Rok menjadi salah satu pilihan favorit buat kamu perempuan. Berikut ini bahan yang digunakan denim bekas, jarum pentul, gunting, jarum, benang jahit, retseleting, pola dengan ukuran S, M, L. Selanjutnya membuat pola dengan panduan dan arahan dari team pengabdian. Setelah polanya jadi, pola tersebut disimpan di atas meja atau lantai yang sudah dibersihkan terlebih dahulu, Bahan denim diletakkan di atas pola sesuai dengan ukuran yang telah dipilih.

Posisi diatur sedemikian rupa agar bahan denim tidak bergeser dapat juga dibantu dengan menyematkan jarum pentul. Setelah itu diatas nya disimpan berbagai guntingan denim dengan aneka bentuk dan pola sesuai selera. Apabila berbagai bentuk tersusun pada kain denim kemudian direkatkan dengan jarum pentul kemudian dijahit. Hasilnya di luar dugaan, tidak ada kesan bahwa bahan yang digunakan adalah bahan bekas. Disamping adalah salah satu karya terbaik yang dibuat oleh peserta.



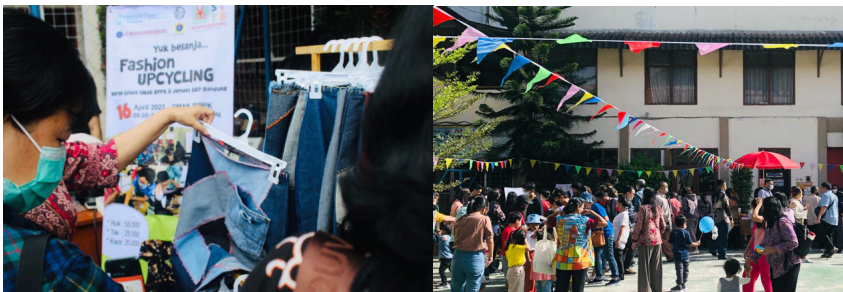
Gambar 7. Rok A-Line

Bazar Produk *Fashion Upcycling*

Bazar dilakukan di lokasi GKP Bandung, yaitu di halaman SMAK BPPK yang letaknya bersebelahan. Basar dihadiri oleh jemaat yang cukup ramai. Dari basar tersebut yang menjual produk fesyen hanya dari kegiatan PkM ini. *Stand* lain menjual produk makan dan minuman. Harga produk yang dijual rata-rata 5.000-35.000. *Stand fashion upcycling* membuka harga 20.000-55.000.

32 peserta yang mengikuti PkM ada yang mengerjakan lebih dari satu karya fashion upcycling yang dibawa pulang kerumah. Pengerjaan nya dapat melihat kembali video yang telah disiapkan oleh tim PkM dan di sebarakan lewat WA grup peserta *fashion upcycling*. Karya total yang akan dijual berjumlah 48 adalah 20 buah Rok A-Line, 17 tote bag, 11 Kaos Makrame Tie die. Adapun jumlah yang terjual pada saat basar 8 rok A-line yang dijual dengan harga

Rp. 55.000,- (Rp.440.000) 7 tote bag yang dijual dengan harga Rp. 25.000,- (Rp.175.000), 7 Kaos Makrame Tie die yang dijual dengan harga Rp.20.000,- (Rp.140.000) Total pendapatan yang diberikan ke divisi besar GKP Bandung adalah Rp.755.000,-. Sisa produk akan dijual lagi pada pasar yang berikutnya.



Gambar 8. Bazar produk *fashion upcycling*

Evaluasi PKM

Kegiatan terlaksana dengan baik, peserta adalah warga jemaat GKP dan juga siswa dari SMAK BPPK Bandung. Selain itu mitra dari Multi Sandang juga memberikan kontribusi melalui sisa bahan denim. Kegiatan ini sangat bermanfaat. Apalagi karya *upcycling*

tersebut bukan saja berguna bagi pembuat (dapat dipakai atau dijual) tetapi karena ikut melestarikan lingkungan sebab mengurangi sampah limbah dan sampah dari pakaian yang tidak digunakan karena alasan sudah usang dan tidak mengikuti trend. Pihak GKP menyambut baik hasil ini, sebab pemberdayaan jemaat dan siswa terjadi. Bukan hanya itu hasil penjualan dari *upcycling* juga sebagian diserahkan kepada Gereja Kristen pasundan (GKP) Jemaat Bandung. Harapan dari GKP dan SMAK BPPK Bandung agar kegiatan sejenis dapat dilaksanakan lagi. Selanjutnya jemaat yang sudah mengikuti kegiatan *fashion upcycling* akan menjadi duta atau narasumber di lingkungan masing masing.

KESIMPULAN

Pengurangan limbah fesyen dapat dilakukan dengan teknik jahit yang sederhana yang didukung dengan kemauan dan kreativitas sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal. Karya *fashion upcycling* tersebut dapat dipakai sendiri atau dijual. *Fashion upcycling* bila dikembangkan lebih lanjut akan menambah pengahsilan yang lebih luas lagi terkait dengan ekonomi sirkular dibidang fesyen. Semakin bagus kreasi dengan mempertimbangkan selera pasar, didukung dengan pengolahan kreativitas terkait komposisi warna dan kerapian maka semakin baik nilai jualnya karena karya upcycling dapat digolongkan sebagai karya seni yang sifatnya kustom. Melalui wawancara dan hasil survei yang dilakukan terhadap terhadap peserta secara umum menjawab bahwa membuat karya *fashion upcycling* tidak sulit, bahkan dapat digunakan untuk mengisi waktu luang dan dapat dilakukan secara mandiri.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepda LPPM Universitas Kristen Maranatha yang telah mendanai kegiatan PkM ini. Terima kasih juga kepada PT. Multi Sandang Tamajaya dan GKP, SMAK BPPK Bandung yang telah membantu terlaksannya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

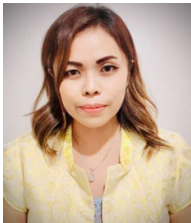
- Alexis, Jennifer. (2022) Mengenal Upcycling, Cara Mempercantik Interior Yang Ramah Lingkungan. Diunduh dari: <https://www.kompasiana.com/jennifer9125/637a663b08a8b56661504502/mengenal-upcycling-cara-mempercantik-interior-yang-ramah-lingkungan>. 25/04/2023.
- Amatulla, Salsabila. (2021) Upcycle Pakaian Lama Berbahan Denim Menggunakan Teknik Macrame dan Tapestry Sebagai Aplikasi Pada Aksesoris Fashion. *Jurnal Desain dan Industri kreatif*. 2(2). 102-108.
- Agmarina Qurratu'Ayun. (2015). Daya Terima Produk Upcycling Pakaian Wanita.
- Eghnia, Balqis. (2022) Upcycling Fashion Jadi Cara Kreatif jaga Bumi Dari Limbah. Diunduh dari: <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5076679/upcycling-fashion-jadi-cara-kreatif-jaga-bumi-dari-limbah-fesyen>
- Gunawan, Heri. (2017) Pendidikan Karakter.Konsep dan Implementasi. Bandung:Alfabeta.
- Ginting, Seriwati. (2022) Character Building Membangun Karakter Tangguh. Gorontalo: Ideas Publishing. Diunduh dari: <https://ideaspublishing.co.id/product/character-building-membangaun-karakter-tangguh/>
- Putri, Citra Narada. (2022) Mengenal Upcycle Fashion,Daur Ulang pakaian yang Punya Nilai Tambah. Diunduh dari: <https://www.parapuan.co/read/533087412/mengenal-upcycle-fashion-daur-ulang-pakaian-yang-punya-nilai-tambah>. 19/03/2023.
- Putri, Dwiyanti, Yusrindya. (2021). Upcycle Busana Casual Sebagai Pemanfaatan Pakaian Bekas. Diunduh dari: <https://media.neliti.com/media/publications/251008-upcycle-busana-casual-sebagai-pemanfaata-9b851913.pdf>. 10/03/2023.
- Pribadi, Langgeng, Ikhtiar. (2023). Upcycling: Membuat Mode Lebih Berkelanjutan Dengan Kreativitas. Diunduh dari: https://www.kompasiana.com/langgengikhtiar_pribadi0562/63eb6c7d3e952f275f5abcd2/upcycling-membuat-mode-lebih-berkelanjutan-dengan-kreativitas
- Tim CNN Indonesia. (2022) Upcycling Tampil Gaya Dengan Baju Lama sambil Kurangi Sampah Busana. CNN Indonesia.20/03/2023.

Hayon, Maria Ermilinda. (2019). <https://nova.grid.id/read/051868833/limbah-fashion-mengancam-teknik-upcycling-jadi-solusi-andalan?page=all>

PROFIL SINGKAT



Dr. Dra. Seriwati Ginting, M.Pd. Lahir di kota Medan dan menetap di sana sampai lulus sekolah menengah pertama. Menyelesaikan Strata satu Jurusan Administrasi Negara di Universitas Pasundan. Tahun 1999 Menyelesaikan Magister jurusan Administrasi Pendidikan dari Universitas Pendidikan Bandung. 2010 mendapatkan kesempatan beasiswa dari UK.Maranatha mengambil Program Doktor di pasca sarjana Universitas Padjadjaran, jurusan administrasi negara. Memiliki bidang keahlian ilmu Humaniora.



Monica Hartanti, M.Ds., lulus dari Program Sarjana DKV UK. Petra - Surabaya - 2002 dan melanjutkan studi magister ke ITB dan lulus di tahun 2011. Disela kesibukan profesinya sebagai tim pengajar di UK. Maranatha ia juga mengerjakan beberapa desain dan ikut serta dalam pameran karya seni nasional dan internasional. Ketertarikannya pada budaya lokal Indonesia telah menuntunnya pada beberapa riset yang didanai oleh internal UK. Maranatha dan juga Kementrian Riset dan Teknologi Republik Indonesia. Kemitraan penelitian dan PkM juga dilakukan dengan beberapa UMKM.



Yosepin Sri Ningsih, S.Ds., M.Ds. Lahir di Jakarta pada 22 Agustus 1986. Telah menempuh program sarjana dan master di Institut Teknologi Bandung dengan fokus sarjana desain pada kriya tekstil dan master desain pada desain mode. Mendapatkan program beasiswa gabungan master di Kasetsart University, Thailand, dengan fokus *fashion branding* dan manajemen *fashion*. Juga mendapatkan beasiswa WOLA (Woman Leadership

in Asia) 2022 dari United Board yang bekerja sama dengan EWHA Woman University, Korea Selatan. Saat ini aktif berprofesi sebagai pengajar desain mode di Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha dan aktif sebagai peneliti dengan fokus kajian pada bidang budaya dan desain mode berkelanjutan.



Wenny Anggraini Natalia, A.Md., S.Sn., M.Ds.

Lahir di Wonosobo tanggal 15 Desember 1991. Telah menyelesaikan studi Diploma 3 Seni Rupa dan Desain mayor Fashion Desain pada tahun 2013, S1 Desain Komunikasi Visual mayor Fashion Grafik di FSRD Universitas Kristen Maranatha pada tahun 2015. Sejak tahun 2016 mulai mengajar mata kuliah pola dan jahit di D3 Seni Rupa dan Design, FSRD Universitas Kristen Maranatha. Pada tahun 2018 mendapatkan kesempatan beasiswa dari UK. Maranatha mengambil Program S2 Magister Desain, FSRD ITB Bandung. Memiliki bidang keahlian ilmu Sosial Budaya.



Drs. Heddy Heryadi, MA. S1 Desain Grafis, FSRD ITB, Bandung – Indonesia. S2 Graphic Design, School of Art, USM, Pinang – Malaysia. 1990 – 2000 berprofesi sebagai Graphic Designer Ads. Agency, Studio Grafis. 2000- Sekarang aktif sebagai Pengajar Desain Komunikasi Visual di FSRD U.K. Maranatha.



Hendra Setiawan, BFA, MA. Lahir dan menyelesaikan pendidikannya di kota Bandung sampai tingkat sekolah menengah atas. Tahun 2000 memperoleh gelar BFA in Graphic Design dari Iowa State University, Amerika Serikat. Bekerja di PM & Co, New York City, sebelum kembali ke Indonesia di tahun 2002. Tahun 2008 memperoleh gelar MA in Graphic Design di Savannah College of Art and Design, Amerika Serikat. Bekerja di JCB, Pooler, sebelum kembali ke Indonesia di tahun 2010.

MODERNISASI PENGEMBANGAN PRODUK ROTAN TEGALWANGI CIREBON DENGAN NILAI ESTETIKA

Adisti Ananda Yusuff¹, Daffa Farras Dienputra²
Universitas Esa Unggul, adisti.ananda@gmail.com

PENDAHULUAN

Analisis situasi mengenai penelitian ini berfokus pada pengembangan potensi desa Tegalwangi khususnya potensi produk kerajinan rotan Desa Tegalwangi Kabupaten Cirebon. Beberapa hasil kerajinan yang paling terkenal di Desa Tegalwangi Kabupaten Cirebon adalah kerajinan rotan. Kerajinan rotan di Desa Tegalwangi berawal pada jaman penjajahan Belanda pada tahun 1938. Industri kerajinan rotan dirintis oleh dua orang yaitu The A Hock dan Shobari. Mereka menjalankan usahanya di Cirebon. Di antara sekian banyak karyawan yang bekerja pada pengusaha tersebut ada seorang warga Tegalwangi yang bernama Sama'un. Dari tahun ke tahun industri kerajinan rotan tersebut mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga timbul keinginan Sama'un untuk membuka usaha kecil-kecilan di rumahnya di Desa Tegalwangi. Sejak saat itulah industri kerajinan rotan dikenal dan berkembang luas di Desa Tegalwangi.

Fokus pada penelitian ini bermula dari maraknya para pelaku usaha rotan rumahan yang memiliki produk yang selalu sama dan tidak mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Pola pengembangan yang dilakukan oleh pelaku usaha hanya melalui pola pemesanan dan juga pola peniruan sehingga lambatnya perkembangan usaha rotan rumahan menjadi salah satu permasalahan yang tak kunjung usai. Pembuatan produk melalui pola peniruan sangat terlihat jelas padahal hal ini sangat bertentangan dengan etika perdagangan, namun dikarenakan oleh kuatnya pengaruh globalisasi dan juga dorongan akan kebutuhan maka munculan pola pengembangan

peniruan ini yang menjadi sebuah fenomena lumrah di daerah Tegalwangi Kabupaten Cirebon. Sehingga dibutuhkannya sebuah pemecahan masalah diatas dengan dilakukannya eksplorasi pengembangan dan modernisasi pengembangan produk rotan guna meningkatkan nilai jual dan meningkatkan keberanian ide dan gagasan para pelaku usaha rotan rumahan di Tegalwangi Kabupaten Cirebon. Selain itu dikarenakan produk rotan saat ini mulai diminati oleh para konsumen dari kota kota besar sehingga perlunya memodernisasi produk kerajinan rotan agar bias lebih diminati bagi para konsumen yang ada.

Kotler dan Keller (2009) menyampaikan bahwa inovasi sesuatu yang baru dari seseorang dapat berupa produk, jasa, ide dan persepsi, untuk selanjutnya dapat dipersepsikan oleh konsumen bahwa inovasi adalah produk atau jasa yang baru. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah suatu terobosan yang berkaitan dengan produk baru. Namun Kotler menambahkan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk atau jasa baru, tetapi termasuk didalamnya terdapat pemikiran bisnis baru dan proses baru dan inovasi juga dipandang sebagai suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Menurut Setiadi (2010) bahwa karakteristik inovasi terdiri dari 5 hal yaitu:

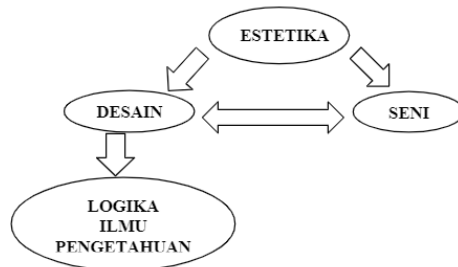
1. *Relatif advantage* (Keunggulan relatif), berupa pertanyaan penting yang diajukan dalam mengevaluasi keberhasilan potensial dari suatu produk baru yaitu, "apakah produk bersangkutan akan dirasa menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan?"
2. *Compatibility* (Kesesuaian/kesesuaian), kesesuaian merujuk pada tingkat dimana produk konsisten dengan nilai yang sudah ada dan pengalaman masa lalu dari calon adopter.
3. *Complexity* (Kekomplekan), tingkat dimana inovasi dirasa sulit untuk dimengerti dan digunakan dengan artian semakin kompleks produk bersangkutan, semakin sulit produk itu memperoleh penerimaan.

4. *Trialability* (Ketercobaan), tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dulu atau harus terikat jika menggunakannya. Untuk lebih mempercepat proses adopsi sebuah inovasi, maka suatu inovasi harus mampu menunjukkan keunggulannya. Misalnya produk baru memiliki kemungkinan besar berhasil jika konsumen dapat mencoba atau bereksperimen dengan ide secara terbatas.
5. *Observability* (Keterlihatan), merupakan tingkat bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan inovasidiadopsi oleh orang atau sekelompok orang. Keterlihatan dan kemudahan komunikasi mencerminkan tingkat hasil pemakaian produk baru terlihat oleh teman dan tetangga.

Penentuan produk keranjang rotan sebagai objek pengembangan dan modernisasi di penelitian ini merujuk akan tingginya permintaan produk dekorasi keranjang rotan oleh para konsumen baik dari dalam kota maupun dari luar kota. Sehingga adanya peluang yang tinggi untuk meningkatkan nilai jual produk dekorasi keranjang rotan dengan dilakukannya modernisasi pengembangan produk bagi para pelaku usaha rotan rumahan di Tegalwangi Cirebon. Pendekatan yang dilakukan dalam pengembangan ini melalui pendekatan estetika.

Tanpa estetika desain hanyalah sebatas informasi yang dilihat namun tidak memiliki kesan. Desain yang baik akan selalu memperhatikan nilai estetika dari lingkungan tempat karya desain tersebut berada. Desain selalu mengacu pada estetika. Ia tidak semata berkenaan dengan persepsi visualfisikal saja, namun mencakup konsep yang abstrak, yakni: yang benar, teratur, dan berguna. Estetika memperoleh tantangan ketika modernisme memilah antara "kegunaan" dan "estetik", sebagaimana antara desain dan seni. (Widagdo, Jurnal ITB, 2008). keindahan memiliki hubungan dengan pancaindra, khususnya visual sehingga melalui pandangan visual dapat dirasakan bentuk keindahan berupa

pengalaman yang terjadi di dalam diri melalui pancaindra sehingga timbul rangsangan dan sensasi di dalam perasaan untuk di serap kedalam bagian otak manusia (Djelantik, 2004).



Gambar 1. Skema Nilai Estetika pada Desain

Dalam karya seni dan desain, terdapat tiga unsur estetika yang paling mendasar yaitu :

1. Unsur Keutuhan atau kebersatuan (unity),
2. Unsur Penonjolan (dominance),
3. Unsur Keseimbangan (balance).

Unsur Keutuhan (unity) terdiri dari :

1. Keutuhan dalam keanekaragaman (unity in diversity) – simetri, irama (ritme), keselarasan (harmony),
2. Keutuhan dalam tujuan (unity of purpose),
3. Keutuhan dalam perpaduan (AAM Djelantik, 1999 : 38-43).

Modernisasi pengembangan produk rotan yang dilakukan dengan mengkombinasikan antara inovasi dan estetika dalam mendesain sebuah produk. Pengembangan produk rotan ini akan dilakukan berdasarkan permasalahan yang sudah ada pada hal ini adalah permasalahan terkait pola pengembangan usaha rotan rumahan yang ada di Desa Tegalwangi kabupaten Cirebon yang kemudian akan ditindaklanjuti dengan perancangan pengembangan yang sesuai.

Berdasarkan beberapa uraian diatas, dapat dianalisis permasalahan yang terjadi pada usaha rotan rumahan di Desa tegalwangi Kabupaten Cirebon diantaranya adalah :

1. Minimnya sarana informasi akan pengetahuan masyarakat mengenai kreativitas dan ide pengembangan sebuah produk
2. Secara umum masyarakat hanya mengandalkan pola pengembangan peniruan dan pemesanan
3. Belum adanya inovasi yang dilakukan untuk memodernisasi produk khususnya produk keranjang rotan dan gambaran ide nya.

Dari ketiga permasalahan diatas, maka kegiatan penelitian ini dilakukan agar masyarakat mendapatkan edukasi dan tambahan pengetahuan untuk pengembangan produk rotan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai jual yang ada. Adapun tujaun dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan edukasi berupa masukan dari penelitian tentang modernisasi produk rotan. Hal ini dilakukan untuk mengembangkan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan produk kerajinan guna meningkatkan potensi sumber daya yang ada.
2. Memberikan tahapan dan ide baru mengenai proses pembuatan dari mulai ide dan konsep hingga terbentuknya sebuah produk untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bagi pelaku usaha rotan rumahan di Tegalwangi Kabupaten Cirebon.

PEMBAHASAN

Pelaku usaha rotan rumahan di Desa Tegalwangi kabupaten Cirebon sebagian besar memiliki usaha yang didominasi oleh kerajinan rotan. Sebagian besar bahan baku yang mereka dapatkan diambil dari sisa produksi rotan industri besar yang ada disekitar. Adapun beberapa tahapan dan proses eksperimen yang dilakukan yaitu :

1. Tahap pertama yaitu adalah tahap topik dan issue sekitar, mulai dari diskusi, *brainstorming*, pengumpulan data, dan *problem approach* dilakukan pada tahap ini. Berikut ini beberapa hasil dari tahapan pertama yang dilakukan
2. Tahap kedua merupakan tahap sketsa ide yang didasari oleh tahapan sebelumnya. Sketsa ide ini dilakukan untuk mendapatkan produk akhir yang kemudian akan dibuat mockup dengan skala 1:1
3. Tahap ketiga merupakan tahap pengerjaan produk. Dilakukan sesuai dengan sketsa dan ide yang sudah didapatkan sebelumnya
4. Tahap terakhir merupakan tahap evaluasi. bebrapa masukan dan hambatan selama proses pengerjaan akan dilakukan pada tahapan ini yang nantinya akan menghasilkan sebuah masukan dan saran bagi pembuatan produk selanjutnya.

Tabel 1. Hasil modernisasi pengembangan produk

No	Produk	Dimensi	Keterangan
1		40 x 10 x 30 cm	Produk koper rotan dengan finishing coating coklat tua. Diberi aksesoris kain bunga sebagai hiasan. Dengan kunci menggunakan magnet
2		30 x 10 x 35 cm	Koper rotan berbentuk setengah oval. Dengan finishing cat berwarna orange dipadukan dengan gagang berwarna hijau. Didalamnya diberikan alas kanvas guna mempermudah penyimpanan barang

No	Produk	Dimensi	Keterangan
3		25 x 20 x 25 cm	Keranjang berbentuk oval dengan finishing berwarna pink. Diberikan kain kanvas yang bias dilepas pasang untuk mempermudah pencucian. Bukaan menggunakan engsel
4		325 x 20 x 30 cm	Peti rotan berwarna biru dengan gagang dan kuncian merah. Didalamnya diberikan kain bermotif bunga untuk mempertegas konsep yang dibuat.

Modernisasi pengembangan produk rotan yang dilakukan dengan membuat produk melalui metode eksperimen secara langsung, produk keranjang ini dipilih karena merupakan produk yang paling banyak terjual dan produk yang sangat mudah untuk dilakukan pengembangan dengan nilai jual yang cukup tinggi. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu memodernisasi produk dilakukan dengan cara penggunaan warna warna yang lebih berani dan juga warna yang berbeda dari warna rotan aslinya. Hal ini dilakukan karena target pasar yang dituju adalah usia muda yang pada saat ini tengah menggemari produk local rotan.

Pemahaman dari pelaku usaha tempat dimana dilakukan penelitian ini sangat menerima dan memahami apa yang telah kita sampaikan mengenai ide, gagasan, dan juga konsep desain yang dibuat. Pelaku usaha juga mendapatkan tambahan informasi dan pengetahuan mengenai kategori produk modern yang sesuai dengan perkembangan zaman saat ini. Sehingga diharapkan dapat

meningkatkan nilai jual dan menjadi peluang usaha baru bagi pelaku usaha rotan di Tegalwangi kabupaten Cirebon

PENUTUP

Kegiatan penelitian ini terlaksana dengan baik karena kerjasama tim dan pelaku usaha di Desa Tegalwangi kabupaten Cirebon. Dari pihak pelaku usaha dapat memahami mengenai ide dan gagasan yang tim berikan sehingga selanjutnya pola pengembangan penciptaan baru akan mulai dilakukan. Pelaku usaha pun mulai memahami akan modernisasi produk sesuai dengan perkembangan zaman yang ada saat ini sehingga tidak takut lagi untuk memulai mengembangkan produk yang berbeda dari sebelumnya. Diharapkan kegiatan ini akan berlanjut kembali dengan produk lokal yang lainnya yang dapat dikembangkan kembali secara bersama sama

DAFTAR PUSTAKA

- Anah, L., Athi'Hidayati, S. S., Sy, M., Haryanti, P., Sy, S., Sy, M.,... & Masruroh, S. A. (2020). Modernisasi pengolahan pangan lokal hasil potensi desa kromong dan rancangan strategi pemasarannya. *ABIDUMASY Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 42-48.
- Arie, M.P Tamba, (2013) : Industri Mebel Rotan Akan Bangkit, *Jurnal Nasional Jakarta*, 19.
- CFM.Januminro, (2000), *Rotan Indonesia*, Yogyakarta, Kansius, Cempaka 9 Deresan Yogyakarta.
- Djelantik, A.A.M, *Estetika : Sebuah Pengantar*, (Bandung : MSPI, 2001)
- Ernawati, E., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 27-40.
- Fatimah, D., & Maharlika, F. (2014). Analisis penerapan gaya desain dan eksplorasi bentuk yang digunakan mahasiswa pada mata kuliah desain mebel i fakultas desain unikom. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 12(2).
- Hikmat, Harry (2006) : *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*, Humaniora, Bandung.
- Jerdee, B. (2005),

PROFIL SINGKAT



Akrab dipanggil dengan sebutan Adis, seorang ibu dua anak yang memiliki nama panjang Adisti Ananda Yusuff, kelahiran Cirebon, Oktober 1988.

Memiliki kesibukan sebagai dosen di Universitas Esa Unggul Jakarta, dan berkecimpung di dunia industri desain khususnya desain interior dan furnitur. Menjadi tenaga pendidik merupakan kebanggaan tersendiri, karena dengan memberikan banyak ilmu untuk banyak orang kita juga dapat mendapatkan banyak ilmu baru didalamnya. Pendidikan dirasakan menjadi salah satu bagian terpenting dalam kehidupannya. Di sela sela kesibukannya travelling masih disempatkan sebagai hobby yang dijalankan untuk menikmati kebersamaan dengan keluarga kecilnya. Untuk mencari tau lagi banyak lagi tentangnya silakan kunjungi di Instagram @adadisini.



Daffa Farras Dienputra, seorang mahasiswa di Universitas Esa Unggul pada Program Studi Desain Interior.

Laki-laki kelahiran 1999 ini memiliki ketertarikan dalam dunia tulis-menulis yang membuat dirinya sering terjun ke dalam kegiatan literasi.

PERANCANGAN VISUAL MEDIA PROMOSI SANGGAR TARI SVADARA UNTUK EVENT PAGELARAN TARI “BLANDONGAN”

Wishfa Hafshah Al-Fakhurozi¹

Gilang Cempaka²

Universitas Paramadina, gilang.cempaka@paramadina.ac.id

PENDAHULUAN

Tarian tradisional yaitu tarian yang lahir, tumbuh dan berkembang dalam suatu daerah atau suku yang diturunkan atau di wariskan dari generasi ke generasi lainnya. Tari tradisional memiliki ciri khas dari daerahnya, misalnya Tari Jaipong dari Jawa Barat, Tari kecak dari Bali, dan Tari Piring dari Sumatera Barat. Untuk mempelajari tarian tradisional, biasanya masyarakat belajar melalui sanggar tari. Sanggar tari adalah tempat atau sarana yang di gunakan komunitas atau kelompok orang yang ingin mempelajari tari-tarian, baik tradisional, maupun modern.

Sanggar-sanggar seni tari tersebar di kota besar Indonesia, terutama di Jakarta, misalnya Indonesia Dance Theatre, Sanggita Kencana Budaya, Sanggar Ayodya Pala dan Sanggar Tari Svadara.

Sanggar tari Svadara adalah sanggar yang didirikan pada bulan Desember tahun 2011 bertempat di Jl. Kalibata Tengah III

Blok D1 no. 36 RT 02/03 Kalibata, Pancoran, Jakarta Selatan. Memiliki anggota mulai dari penari anak-anak, remaja hingga dewasa. Sanggar Tari Svadara memiliki program pelatihan tari seni tradisional dan kontemporer dengan mengkreasikan jenis tari tradisional dan modern. Sanggar tari Svadara mempunyai beberapa tari kreasi unggulan diantaranya tari Molong Bhako, tari Kipas Ajer dan tari Zapin Mubarak.

Sanggar tari ini memiliki beberapa pelatih profesional dan agenda rutin seperti mengikuti lomba tari, pementasan dan

menggelar event, yaitu pagelaran tari kreasi sendiri yang diciptakan melalui hasil riset dari narasi yang berkembang di suku-suku Indonesia, yang masih jarang orang ketahui. Lalu narasi tersebut dikreasikan menjadi sebuah pertunjukan tari yang diadakan secara rutin setiap tahun.

Karena minat masyarakat masih kurang untuk belajar tari khususnya tari traditional, Svadara ingin memperkenalkan dan mengajarkan tari traditional kepada remaja hingga dewasa melalui kreasi tari yang terinspirasi dari narasi yang terdapat pada budaya suku tertentu di Nusantara. Tarian ini tercipta setelah melalui riset, sehingga lahirlah tari kreasi yang menggabungkan antara tari tradisional suku tersebut dengan tari modern, yang akan dipertunjukkan melalui event setahun kali. Seperti pertunjukan tari yang digelar Svadara pada tanggal 12 Desember 2020, yang terinspirasi dari budaya suku Batak Karo berjudul "Pusuh", yang dipertontonkan secara virtual melalui channel Youtube karena pandemi.

Untuk selanjutnya Svadara ingin menampilkan pagelaran tari kreasi dengan tema "Blandongan", yang terinspirasi dari narasi yang terbangun di kota Jember. Menurut Yongky Gigih P (2015:33) "Blandongan" yaitu istilah untuk menyebut anak dari hasil perkawinan campur antara Jawa dan Madura. Karakter "Blandongan" memiliki perpaduan karakteristik Jawa yang hangat, lembut dan Madura yang tegas juga kasar, kedua sifat tersebut menjadi ciri khas "Blandongan", yang menjadi inspirasi gerakan tari kreasi rekaan Svadara.

Permasalahannya adalah pagelaran tari "Blandongan" membutuhkan media promosi event agar dapat menarik minat penonton, melalui berbagai media, dan juga perancangan media pendukung event. Target *audience* penonton adalah para remaja dan dewasa. Tujuan penelitian ini agar sanggar Savadara memiliki perancangan visual untuk pagelaran tari Blandongan, sekaligus secara tidak langsung mempopulerkan sanggar tari Svadara agar lebih banyak calon murid yang tertarik menari

Metode yang akan digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif. Data primer didapatkan dari hasil wawancara dengan narasumber yaitu pemilik Svadara, murid dan calon murid Svadara, agar penulis mendapatkan data yang lebih rinci dan mendalam sebagai dasar untuk merancang konsep promosi event. Penulis pun melakukan observasi ke sanggar tari Svadara dan lokasi yang akan dipergunakan untuk pagelaran tari, untuk memperkuat data. Selain itu penulis mengkaji dokumen review Svadara seperti artikel, akun Instagram, Facebook, dan Youtube. Penulis juga mencari berkas *soft copy* berupa berita dari sanggar tari Svadara yang pernah di publikasi, dan media promosi yang di gunakan, untuk melengkapi dan mengkomparasi data. Lalu penulis menyimpulkan dari hasil kaji literatur juga survei sehingga menghasilkan data yang bersifat deskriptif.

Untuk Pustaka pendukung, teori event penting untuk penulisan ini. Teori event yang relevan yaitu menurut Any Noor (Januari 2013 : 8), event ialah sesuatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Event terbagi menjadi beberapa kategorisasi, untuk perancangan visual media promosi event tari “Blandongan” termasuk dalam organizational event, yaitu kegiatan besar pada setiap organisasi atau perusahaan seperti pameran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk terbaru dan juga untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Tujuan event ini adalah untuk memperkenalkan cerita Blandongan melalui tari kreasi baru.

Agar masyarakat tertarik menghadiri event tentunya memerlukan strategi promosi. Promosi menurut Tjiptono (2015: 387) ialah elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, serta menegaskan kembali konsumen hendak merk serta produk industri. Bagi Buchory serta Saladin dalam Aris Jatmika Diyatma (2017) promosi merupakan salah satu faktor dalam bauran

pemasaran industri yang didayagunakan buat memberitahukan, membujuk, serta menegaskan tentang produk industri. Promosi ialah aktivitas industri yang dilakukan dalam rangka memperkenalkan produk kepada konsumen dengan kegiatan tersebut konsumen tertarik untuk melakukan pembelian. Dengan demikian maka sanggar tari Svadara memerlukan promosi untuk memperkenalkan dan memberitahukan kepada khalayak mengenai event pagelaran tari Blandongan agar tertarik untuk menonton.

Konsep visual yang matang sangat penting agar promosi yang dirancang sesuai dengan target audience. Untuk itu konsep visual memakai media fotografi. Fotografi berasal dari kata dalam Bahasa Yunani yaitu *photos* (cahaya) dan *graphos* (gambar). Menurut Edison Paulus dan Loely Indah Lestari (2011:1) pada dunia fotografi kamera adalah alat untuk melukis dengan cahaya. Dengan kamera kita bisa mengabadikan sebuah gambar atau objek. Berdasarkan pemaparan teori diatas fotografi sangat dibutuhkan untuk kebutuhan promosi event pagelaran tari Blandongan ini agar khalayak mendapatkan gambaran tari Blandongan melalui model yang memerankan tarian tersebut.

Agar perancangan visual menarik, perlu pemilihan komposisi warna yang tepat, Menurut Monica & Luzar (2011 : 1088-1092) warna memiliki peranan sangat penting dalam membangun suasananya, dan juga membuat lebih memperkuat citra produk atau *brand*, serta meningkatkan citra pada bisnis. Kota Jember memiliki ciri khas warna yang beragam terutama pada batik Jember yang mayoritas berwarna kontras dan warna lembut yang senada. Menurut Andi Rachmawati Syarif (2018) suku Jawa memaknai warna seperti pada umumnya suku-suku pada budaya yang lain di Indonesia. Warna yang identik dengan budaya Jawa yaitu warna merah, hitam, putih, kuning (emas) dan hijau.

Warna merah melambangkan darah yang dikonotasikan sebagai lahirnya anak yang berarti kemakmuran selain itu bisa juga diartikan sebagai keberanian. Warna hitam melambangkan kebijaksanaan dan kesetaraan. Warna putih memiliki makna kebersihan atau

kesucian. Warna kuning bermakna keluhuran, ketuhanan, kemuliaan, kemakmuran serta ketentraman. Terakhir warna hijau diasosiasikan sebagai lambang dari alam, dan juga harapan hidup. Berdasarkan pemaparan teori diatas penulis akan menggunakan beberapa warna khas Jawa dalam perancangan visual media pagelaran tari Blandongan.



Gambar 1. Corporate Color Pagelaran Tari Blandongan
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Tari Blandongan berjenis tarian kreasi baru bersifat kontemporer. Menurut Suhaimi Magi (2008) adalah masalah konsep yang di paparkan oleh tarian tersebut, inspirasi atau idenya harus baru, aktual dan kontekstual, yang artinya gerakannya harus memuat usur baru, ceritanya harus mengangkat dari isu-isu terbaru sehingga pembuatan tari kontemporer berwujud inovatif serta kontekstual dengan kondisi saat itu dan dari sudut pandang persoalan apapun. Tari kontemporer dapat mengambil dari persoalan tradisi sebagai representasi dan juga rekonstruksi akan tetapi wujudnya harus baru serta relevan dengan kondisi zaman yang melingkupinya. Menurut Hidayat (1994) tari kontemporer ialah terletak pada pencarian nilai-nilai baru oleh koreografernya. Pencarian nilai-nilai baru selalu bergulir dari satu produk ke produk lainnya sehingga pencarian tidak menjadi hal yang monumental atau klasik, hal ini yang disebut temporer.

Wawancara adalah metode pencari data yang penting. Wawancara telah dilakukan dengan Farah Aini Astuti selaku *founder* dan pimpinan sanggar tari Svadara. Menurutnya sanggar tari Svadara ingin mengenalkan keberadaan Blandongan, dengan menceritakan tentang percampuran antara Madura dan Jawa kepada masyarakat melalui pertunjukan pagelaran tari kreasi baru. Pertunjukan tari Blandongan ini berbasis pada lokus Bahasa psikologi, sosial dan tradisi orang-orang Madura yang bermigrasi ke Jawa khususnya

daerah Jember. Gerakan tari yang diambil berdasarkan pendekatan psikologi untuk mempertajam sisi batin orang-orang Madura yang hadir di tengah komunitas yang dominan yaitu Jawa dan juga sebaliknya. Sementara pendekatan sosial akan mengambil sisi kekerabatan dalam kehidupan sosial. Pendekatan tradisi akan mengambil dari suatu pertunjukan yang berkembang di masyarakat jember yaitu Can Mancanan Kadduk. Can Macanan artinya harimau *bohongan* dan Kadduk artinya karung goni. Pertunjukan Can Macanan Kadduk memiliki tujuan keselamatan dan kerukunan. Bentuk tarian dan makna tradisi inilah yang akan di elaborasi dalam bentuk kreasi tari gerak baru atau kontemporer.

Selain itu penulis juga melakukan wawancara serta *survey* kepada mereka yang sudah pernah menonton pagelaran tari Svadara dan calon penonton pagelaran tari Svadara. Survey dan wawancara ini bertujuan untuk melihat antusiasme dan pengetahuan tentang sejarah Blandongan itu sendiri. Proses wawancara dengan narasumber yang sudah pernah menonton pagelaran sanggar tari Svadara adalah Devi Rismawati (24 tahun) mahasiswi Universitas Paramadina, wawancara dilakukan via Whatsapp pada tanggal 3 September 2022. Sedangkan wawancara dengan calon penonton bernama Melinda Ika Dewi (22 tahun) Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Jakarta, wawancara dilakukan secara langsung pada tanggal 9 Oktober 2022.

Penulis melakukan survey dengan membagikan kuisisioner kepada *target audiens* dengan total 24 responden yang telah mengisi kuisisioner dengan hari dan waktu yang berbeda. Diketahui pula pada hasil wawancara beberapa narasumber dan dengan melakukan *survey* dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum tahu istilah Blandongan dan kurangnya minat terhadap tari serta sejarahnya. Dengan demikian hasil kesimpulan dari *in-depth interview* pada beberapa narasumber dan dari hasil *survey* yang dapat menjadi acuan dalam merancang event sanggar tari Blandongan.

PEMBAHASAN

Dari latar belakang, teori terkait, hasil wawancara dan survey maka dibuatlah konsep perancangan event. Untuk segmentasi khalayak primer yang dipilih yaitu pria dan wanita dengan rentang usia 15-30 tahun yang tertarik dengan tari tradisional dan pegelaran budaya. Segmentasi ekonomi B dan A, berdomisili di Jakarta dan sekitarnya, namun diharapkan juga dapat menarik minat khalayak yang berasal dari kota Jember khususnya.

Agar komunikasi yang disampaikan tepat pada khalayak, maka strategi komunikasi dalam upaya mempromosikan event adalah merancang narasi yang menjelaskan secara singkat tentang Blandongan yang nantinya narasi tersebut akan disertakan kedalam visual perancangan media promosi utama seperti master desain dan beberapa media pendukung. Strategi media komunikasi dalam mempromosikan pagelaran tari Blandongan akan menggunakan platform media online.

Konsep visual pada perancangan ini menggunakan media fotografi yang akan memotret beberapa pose tari Blandongan. Selain itu juga akan dirancang elemen estetis yang didapat dari ornamen kain batik khas Jember dan daun Tembakau yang menjadi komoditi Jember. Penggabungan dua unsur ini menjadi elemen grafis pada media promosi. Perancangan *artwork* terdiri dari e-poster, banner, spanduk, baliho. Untuk e-poster berisi body teks untuk mengenalkan istilah Blandongan pada khalayak. Lokasi acara direncanakan di Gedung Kesenian Jakarta, jadwal acara di bulan Februari 2023.



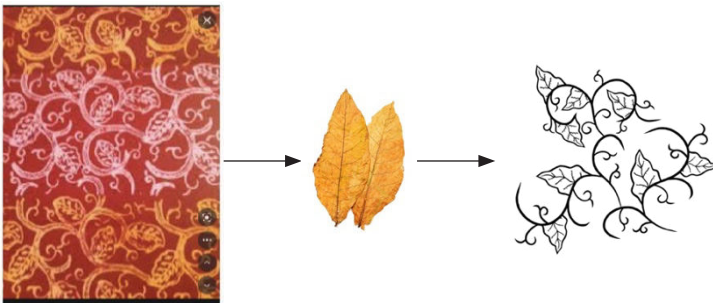
Gambar 2. Master Desain
Sumber: Hasil Olahan Penulis

Gambar di atas merupakan master desain pagelaran tari “Blandongan”, dengan visual seorang model perempuan memperagakan tarian didampingi oleh sosok Can Macanan Kaduk, poster berisi informasi pagelaran tari, dan narasi singkat istilah Blandongan. Terdapat logo sponsor yaitu Djarum, Pegadaian, Tiket.com, Sariayu, Wardah, Kompas dan Detik.com. Mater desain akan menjadi acuan untuk penerapan visual lainnya di berbagai media promosi.

Proses dari perancangan master desain adalah sebagai berikut :

1. Elemen estetis

Diambil dari penggabungan motif batik khas Jember dan daun tembakau yang merupakan ciri khas dari kota Jember.



Gambar 3. Elemen Estetik
Sumber : Hasil Olahan Penulis

2. Fotografi Model



Gambar 4. Fotografi Model
Sumber : Hasil Olahan Penulis

Diatas adalah fotografi model dengan kostum Can Macanan Kaduk dan penari yang sedang memegang properti kentongan, memperagakan salah satu gerakan di dalam tari Blandongan. Menurut Eska Wiedyana (2018 : 59) Can Macanan Kaduk berasal dari kata Macan yang berasal dari kosa kata Jawa, dalam Bahasa Indonesia berarti Harimau. Can Macanan juga bisa di sebut sebagai dialek masyarakat etnis Madura untuk menyebut Harimau jadi-jadian atau Harimau *bohongan*. Sementara istilah *kaduk* berasal dari Bahasa Madura yang berarti karung goni, yang biasa disebut dengan istilah *kadduk* ataupun *kadhuk*.

Fotografi model ini menggunakan kamera Sony a7ii, lensa 24-70 mm, *lighting flash* Godox serta DP400 Mark II serta menggunakan *reflector*. Pengambilan foto model berjarak 2 meter dari model dengan memakai *angel camera eye level* dimana pengambilan foto ini sejajar dengan mata manusia serta memakai teknik *3 point lighting*.

3. Tipografi

Pada perancangan Visual media *event* pagelaran tari "Blandongan" menggunakan *Typeface* Kemasyuran Jawa untuk *headline*, pertimbangannya adalah huruf ini mengesankan visual Jawa yang kuat. Pemilihan jenis huruf Montserrat untuk body teks dengan pertimbangan tingkat keterbacaan yang tinggi sehingga dapat memudahkan *audience* dalam mencerna informasi yang

tertera pada media visual. Berikut adalah type face KemasYuran Jawa :

KEMASYSURAN JAWA

Regular

A B C D E F G H I J K L M N
 O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n
 o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! @ # \$ % ^ & * () _ + { } | : " ' < >
 ? = [] \ ; ' , / ~ `

Gambar 5. Typeface KemasYuran Jawa
 Sumber : Hasil Olahan Penulis

Berikut adalah *Artwork* dari pra-event, event dan post event :

1. Pra-Event :

- a. *Feeds Instagram* : Berupa penayangan feeds untuk konten sosial media di platform Instagram. Pembagian Instagram *grid pra-event* yang terbagi menjadi 3 sesi atau 3 *grid*, dengan total 9 konten *post*. *Grid 1* berupa *sneak peek* bertujuan untuk menginformasikan akan adanya pagelaran tari Blandongan. *Grid 2* berisi poster utama, dan *grid 3* terdapat foto dari Can Macanan Khaduk dan denah kursi di lokasi pertunjukan.



Gambar 6. Desain Sosial Media
 Sumber : Hasil Olahan Penulis

- b. *Instagram Story* : Bertujuan memperlihatkan kegiatan sanggar tari Svadara dalam mempersiapkan event pagelaran tari Blandongan.



Gambar 6. Mockup Story Instagram
Sumber : Hasil Olahan Penulis

- c. *Press Conference* : Merancang *backdrop* berukuran 3x4 meter untuk keperluan *press conference* pada H-2 sebelum pertunjukan, lokasinya di ruang tunggu penonton.



Gambar 7. *Backdrop Press Conference*
Sumber : Hasil Olahan Penulis

2. Event

Berikut adalah perancangan visual yang mendukung hari pertunjukan, :

- Wall Text* : akan ditempatkan di depan pintu masuk *lobby*. *Wall text* berisi narasi mengenai tari Blandongan, berukuran 2,5 x 3 meter.
- Tiket : untuk memasuki Gedung Kesenian Jakarta, pengunjung harus menunjukan tiket masuk yang di bagi menjadi dua untuk hari Sabtu, 18 Februari 2023 dan Minggu, 19 Februari 2023 berukuran 21 x 7,5cm dengan menggunakan bahan *art paper* 150gr.



Gambar 8. Tiket
Sumber : Hasil Olahan Penulis



Gambar 9.
Wallpaper
Sumber : Hasil
Olahan Penulis

Standing banner dan ticket box : standing banner berfungsi untuk menunjukkan lokasi dan informasi mengenai pertunjukan, salah satunya diletakan di sebelah ticket box. *Standing banner* berukuran 60x160 cm Gambar dibawah ini merupakan hasil *Mockup Ticket Box* yang akan ditempatkan di *lobby* sebelah kanan gedung Kesenian Jakarta.



Gambar 10. Standing banner dan ticket box
Sumber : Hasil Olahan Penulis

- c. *Electric Billboard (LED)* : *electric billboard* yang berukuran 4 x 8 meter. *Electric billboard* ini termasuk fasilitas yang di miliki Gedung Kesenian Jakarta untuk publikasi.



Gambar 11. *Mock up electric board*
Sumber : Hasil Olahan Penulis

- d. *Umbul – Umbul* : *umbul umbul* yang nantinya akan ditempatkan di depan Gedung kesenian Jakarta dan memiliki bahan *silk banner* serta ukuran 1 x 3 meter.



Gambar 11. Mock-up Umbul-umbul di depan Gedung
Sumber : Olahan Penulis

Selain itu akan dirancang pula umbul-umbul yang akan di tempatkan di dalam *hall teater* dengan menggunakan bahan *Flexy Frontlite* 340 gr dengan ukuran 180x100cm.



Gambar 12. Umbul-umbul di Hall Teater
Sumber : Hasil Olahan Penulis

e. *Merchandise*

Kaos Panitia, lanyard dan ID card : akan dikenakan panitia acara saat event.



Gambar 13. Merchandise
Sumber : Hasil Olahan Penulis

3. *Tote bag* dan isinya : Akan dibagikan kepada pengunjung saat datang ke pertunjukan sebagai souvenir. Berisi pin, hand sanitizer, masker, mug dan syal.



Gambar 14. Tote bag dan isinya
Sumber : Hasil Olahan Penulis

4. Post Event

Perancangan desain untuk *post event* bertujuan untuk menyajikan dokumentasi selama acara berlangsung, ucapan terimakasih pada pihak sponsor dan pengunjung. Media post event akan di-*posting* melalui akun *Instagram feed* Svadara.dance



Gambar 15. Post event
 Sumber : Hasil Olahan Penulis

PENUTUP

Pagelaran tari Blandongan merupakan tari kontemporer berdasarkan riset tim Svadara dengan referensi dari budaya masyarakat di kota Jember. Blandongan adalah sebutan untuk hasil perkawinan orang Jawa dan Madura yang memiliki budaya dan karakter yang bertolak belakang. Dengan adanya pagelaran tari Blandongan diharapkan bisa menghibur sekaligus memberi edukasi dan informasi pada masyarakat mengenai keberadaan masyarakat Blandongan yang mungkin belum banyak diketahui.

Melalui perancangan visual media promosi pagelaran tari Blandongan dari sanggar tari Svadara, diharapkan dapat

meningkatkan minat masyarakat untuk melestarikan kebudayaan lewat tari traditional, walaupun dengan kemasan kontemporer. Selain itu walaupun pagelaran ini lebih bersifat hiburan, namun diharapkan akan menambah wawasan masyarakat mengenai keberadaan masyarakat suku campuran, dan akan meningkatkan kesadaran akan keberagaman suku bangsa yang ada di Indonesia, khususnya masyarakat Blandongam.

DAFTAR PUSTAKA

- Dramana, Roy Darwis, 2011. *Fotografi Digital Untuk Pemula*, Yogyakarta : Klik Publishing.
- Edison Paulus dan Loely Indah Lestari, 2011. *Buku saku Fotografi*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Fachmy Casofa dan Alib Isa, 2013. *Gerbang Kreatifitas : Jagat Desain Grafis*.
- Hendratman, Hendi, 2010. *Tips n Trix Computer Graphics Design*, Bandung : Informatika.
- Kusrianto, Adi, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, 2007
- Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual : Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung : Penerbit Nuansa.
- Noor, Any, 2013. *Manajemen Event*, Bandung : Alfabeta.
- Nurhadiat dan Dedi, 2004. *Pendidikan Seni Rupa*, Jakarta : PT Grasindo
- Prasisko, Yongky Gigih, 2015. *Blandongan : Perebutan Kuasa Budaya Masyarakat Jawa dan Madura*, Penerbit : LPRIS.
- Puntoadi, Danis, 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*
- Rustan dan Surianto, *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta : PT GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA.
- Sihombing, 2015. *Tipografi : Dalam Desain Grafis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke 5. Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Andi, *Strategi Pemasaran*, 2015. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Van Dijk, 2013. *The Culture Of Connectivity : Crictical History Of Sosial Media*, UK : Oxford University Press.

JURNAL

- Diyatma Jatmika Aris, *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro Dan Bar*, 2017. Jurnal e-proceeding of management Vol.4, No.1
- Eska Wiedyana, *Eksistensi Pertunjukan Can Macanan Kadduk Bintang Timur di Kabupaten Jember*, 2018. Vol 17, No.1
- Monica dan Luzar, *Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan*, 2011. Humaniora, Vol 2 No.2

SKRIPSI

- Andi Rachmawati Syarif, *Bahasa Warna : Konsep Warna Dalam Budaya Jawa*, 2018

WEBSITE

- Fitinline, Perkembangan batik jember dan motif-motif khasnya, 2013 <https://fitinline.com/article/read/batik-jember/>
- Meiskhe, kenali keunikan pakaian adat Madura dan aksesorisnya, 2022 <https://www.orami.co.id/magazine/pakaian-adat-madura>
- Nalendra yogeswara, Jelajah budaya : mengenal lebih dekat kabupaten jember, 2021 <https://portaljember.pikiran-rakyat.com/jemberan/pr-161336705/jelajah-budaya-mengenal-lebih-dekat-kabupaten-jember?page=5>

PROFIL SINGKAT



Wishfa Hafshah Al Fakhruroji, lahir di Jakarta, 16 Mei 2000. Penulis sekarang tinggal di alamat Komp. Taman Asri Blok K1/1 RT.006 RW.012 Kelurahan Gaga, Kecamatan Larangan Kota Tangerang 15154. Email wishfahafshah@gmail.com



Gilang Cempaka, M.Sn, lahir di Bandung, 30 Januari 1975. Penulis merupakan Dosen Desain Komunikasi Visual Universitas Paramadina. Sekarang penulis tinggal di Raffles Hills Blok EA 1 no 16 Depok. Email: gilang.cempaka@paramadina.ac.id

KANTONG PLASTIK BEKAS SEBAGAI MATERIAL DALAM PAKAN PADA TENUN

Benedicta Petrina Santoso¹, Ratna Endah Santoso²,
^{1,2}Fakultas Seni Rupa Desain Universitas Sebelas Maret
1benedictapetrina2402@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada saat ini Virus COVID -19 telah mengubah kehidupan manusia. Penggunaan sampah kantong plastik pada masa pandemi meningkat seiring dengan adanya kondisi pandemi yang memaksa masyarakat dalam penggunaan barang, salah satunya plastik sangat berhati-hati. Banyak dalam penggunaan plastik digunakan sekali pakai dan akhirnya memicu sampah semakin banyak. Didukung meningkatnya belanja *online* yang semakin tinggi sehingga sampah rumah tangga khususnya plastik ini semakin melimpah. Secara sadar maupun tidak sadar penggunaan kantong sampah plastik terus meningkat, seiring dengan itu, manusia mulai menyadari sikap positif, logis, dekat dengan tradisi dan menghargai proses. Adanya perubahan tersebut mendorong untuk membuat produk dengan bahan sampah kantong plastik, yang kemudian dipadukan dengan benang melalui proses tenun. Metode penggabungan material ini di terapkan guna mencapai karakter yang diinginkan. Proses pertenunan yang biasa digunakan dalam pembuatan kerajinan selama ini sebagian besar berbahan baku dari serat alam, seperti: kulit kayu, daun, kapas, wol, dan lain-lain. Ketersediaan serat sintetis yang umumnya dihasilkan menggunakan proses kimia yang akan berdampak sangat buruk terhadap alam dan lingkungan karena non- biodegradable (tidak bisa terurai secara alami dalam waktu yang cepat). (Ratna Endah Santoso 2018 : 208).

Pola pikir telah berkembang dan berubah, manusia lebih memperhatikan keseimbangan hidup. Berfikir positif, dengan harapan, realita, dan melihat kehidupan secara logis. Kesadaran akan keadaan lingkungan sekitar tertuang dalam banyaknya sikap

yang menjunjung tinggi budaya, tradisi dan proses. Keinginan untuk kembali seperti semula, membuat ingin mengabungkan elemen tradisional kedalam kondisi saat ini. Eksplorasi dalam detail dan bentuk akan dituangkan kedalam perancangan yang akan dibuat. Perancangan dengan menggunakan limbah kantong plastik ini dikembangkan agar dapat mengurangi sampah plastik yang terbuang hanya dalam sekali pakai dirancang dengan desain motif tenun yang simple dan menarik.

Rancangan penggunaan plastik sebagai bahan untuk pembuatan produk tenun dengan bahan dasar sampah kantong plastik bertujuan untuk memperpanjang usia kemanfaatan terhadap sampah plastik yang mempunyai sifat sulit terurai secara alami dalam waktu singkat sehingga perlu memperpanjang usia fungsi kantong plastik dengan cara yang lain yaitu merubah fungsi guna dari sebelumnya dengan cara meng-*upcycle* barang yang sdh tidak mempunyai fungsi guna menjadi mempunyai nilai fungsi guna yang tinggi bahkan meningkatkan fungsi ekonomi dari suatu barang.

PEMBAHASAN

1. Kantong Plastik Bekas

Kantong plastik bekas merupakan salah satu produk yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia selama ini. Produk kantong plastik ini menjadi pilihan yang praktis bagi manusia untuk memperingan pekerjaan yaitu produk yang berguna sebagai pembawa belanjaan karena harganya yang cukup relatif sangat murah, sehingga terkadang manusia merasa sangat ketergantungan terhadap produk ini ketika perlu membawa sesuatu maka perlu juga kantong plastik. Pemahaman masyarakat tentang kurang baiknya dalam penggunaan kantong berbahan plastik ini sebenarnya sudah cukup banyak disosialisasikan, namun motivasi dan keinginan untuk tidak menggunakan kantong plastik ini masih sulit untuk dikendalikan.

Manusia saat ini cenderung terbiasa dan nyaman dalam menggunakan kantong plastik. Kantong Plastik ini merupakan produk polimerisasi sintetik atau semi-sintetik. Plastik terbentuk dari

kondensasi organik atau penambahan polimer dan bisa juga terdiri dari zat lain untuk meningkatkan kualitas plastic itu sendiri. Proses menguraikan plastik melalui mikro organisme bergantung pada seberapa panjang ikatan karbon dan tingkat kestabilan plastiknya (Wardani, 2009).



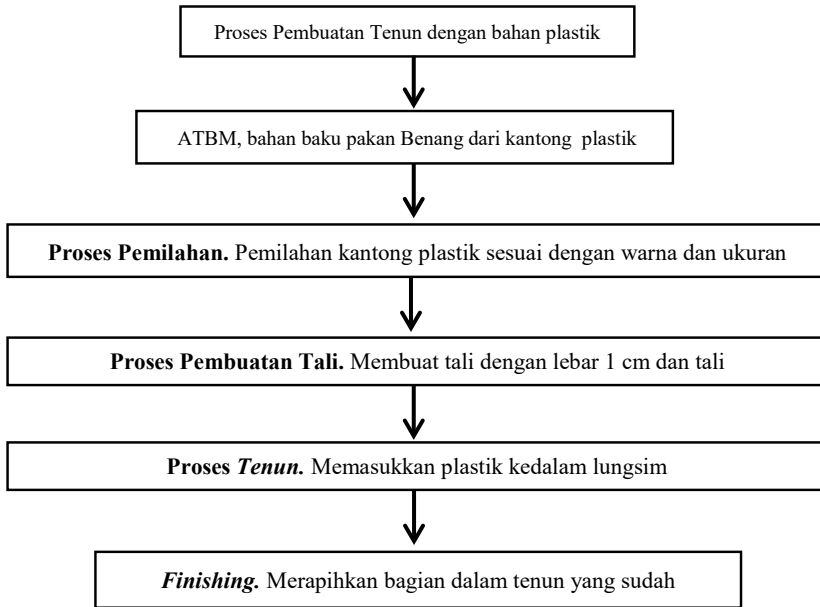
Gambar1. Kantong Plastik. Sumber : https://id.images.search.yahoo.com/search/images;_ylt=AwrPpPejxF1k4I8WO3TLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3BpdnM-?p=gambar+kantong+plastik+bekas&fr2=piv-web&type=E210ID0G0&fr=mcafee#id=26&iurl=https%3A%2F%2Fmalangvoice.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2019%2F03%2FIlustrasi-kantong-plastik-696x392.jpg&action=click

2. Tenun

Tenun adalah proses pembuatan kain dengan mengabungkan benang-benang yang melintang, memanjang dan melebar (Afendi: 1995). Bahan baku dalam pembuatan tenun berupa benang yang biasanya terbuat dari serat kayu, kapas, ataupun sutra. Tenun itu sendiri merupakan salah satu teknik dalam pembuatan kain, awalnya kain tenun dibuat karena adanya persilangan antara dua benang yang terjalin saling tegak lurus satu sama lain. Bahan baku berupa benang dalam pembuatan tenun biasanya terbuat dari serat kayu, kapas, dan sutra. Sebelum proses pertenunan biasanya benang sudah diwarnai terlebih dahulu sesuai dengan desainnya. Tenun

dapat dimodifikasi dengan bahan atau material lainnya, salah satunya adalah dengan menggunakan kantong plastik sebagai *pakan* dalam tenun.

Bagan Proses Pada Pembuatan Tenun dengan Bahan Plastik



Tabel 1. Metode dalam Perancangan

No	Metode	Keterangan
1	Ide Desain	Pencarian hasil penggunaan sampah kantong plastik pada masa Pandemi yang semakin meningkat.
2	Material Dan Metode	Kantong Plastik yang sudah tidak terpakai akan digunting memanjang dengan lebar kurang dari 1 cm serta panjang menyesuaikan dengan ukuran kantong plastiknya dan dibentuk ayamanan kepong.

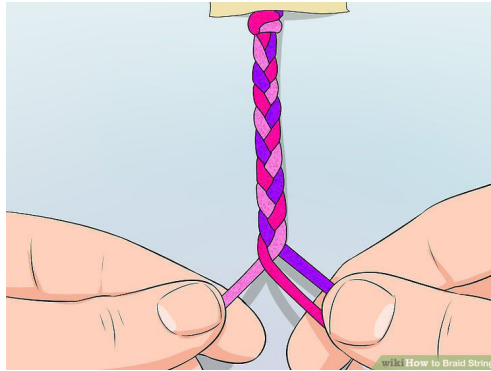
Tabel 2. Hasil Pembuatan

No	Metode	Keterangan
1	Proses Mengayaman Plastik	Mempersiapkan plastik yang sudah dipotong sesuai ukuran, lalu 3 helai tali plastik disatukan dan dijadikan satu dengan cara di ke pang.
2	Tali Plastik	Hasil dari proses tali plastik yang sudah dianyam menjadi 7 warna sesuai desain dengan warna plastik yang sudah ditentukan.
3	Pilihan warna yang digunakan	Warna plastik yang digunakan adalah merah jambu, biru, kuning dan multi warna.



Gambar 2. Kantong Plastik yang sudah dipotong sesuai pilihan warna

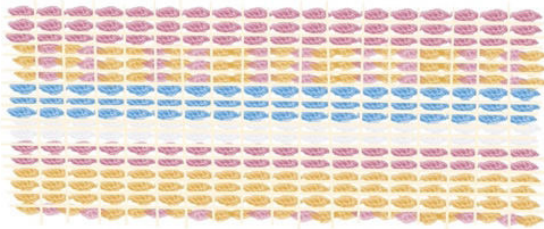
Kantong plastik diatas di potongan secara *horizontal* dengan ukuran 1 cm, setelah melalui proses sterilisasi dengan cara di cuci terlebih dahulu. Proses pencucian dengan menggunakan air dan detergen.



Gambar 3. Teknik keping



Gambar 4. Contoh Tali yang sudah dikeping



Gambar 5. Ilustrasi Tenun Plastik. Benedicta Petrina, 2022



Gambar 6. Mesin tenun ATBM. Persiapan lungsi dan pakan pada mesin tenun. Benedicta Petrina, 2022

Mempersiapkan alat tenun ATBM. Benang berwarna putih untuk dijadikan sebagai lungsi dengan lebar yang disesuaikan. Plastik yang sudah dikepang menjadi tali akan ditenunkan sebagai pakan, dengan memasukkan tali plastik kedalam lungsin benang menggunakan ATBM.



Gambar 7. Hasil Tenun
Sumber : Benedicta Petrina, 2022



Gambar 8. Hasil jadi lembaran tenun kantong plastik

PENUTUP

Sampah kantong plastik yang terbuang setelah penggunaan masih sulit untuk diuraikan. Saat ini perlu kesadaran untuk peduli akan keadaan sekitar dan melakukan inovasi kreatif agar dapat mengubah sampah kantong plastik menjadi sebuah produk yang memiliki nilai estetika dan nilai beli. Kantong sampah plastik yang digunakan sangat mudah ditemukan sehingga, material yang dibutuhkan tersedia dalam kuantitas yang banyak. Produksi lembaran tenun dari kantong plastik bekas dapat digunakan sebagai material dalam pertentunan. Hasil dari tenun dengan pakan kantong plastic bekas ini bisa dikembangkan fungsinya ke dalam produk lain.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Ratna Endah Santoso, Nidyah Widyamurti. *Up-Cycle Of Plastic Opp Lamine; From Waste In to Handicraft Products Raw Material*. Fakultas Seni Dan Desain, Universitas Sebelas Maret. 2018
- Eka Nada Shofa Alkhajar, Agusniar Rizka Luthfia *Daur Ulang Sampah Plastik Sebagai Mitigasi Perubahan Iklim*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta. 2020
- Sri Husnul Khotimah, H. Bahruddin. Efektivitas Kerajinan Tenun Bagi Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Sukarere Kec. Jonggat Kab. Lombok Tengah) Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Agama Islam Universitas Hasyim Asy'ari. Semarang. 2020
- Wardani, R. (Oktober 2019). Bahaya Penggunaan Plastik. *Pendidikan MIPA*.

Buku

- Amar Tyagi. 2008. *Let's Know: Handicrafts of India*. ibs Books. United Kingdom. ISBN: 978-1-905863-18-1 Francesco La Mantia (Ed). 2002. *Handbook of Plastics Recycling*. Rapra Technology Limited. Shawbury, Shrewsbury, Shropshire, SY4 4NR. United Kingdom. ISBN : 1-85957-325-8
- Afendi, Yusuf, & dkk. (1995). *Tenun Indonesia*. Yayasan Harapan Kita.
- McDonough, William & Braungart, Michael. 2013. *The Upcycle: Beyond Sustainability--Designing for Abundance*. North Point Press. New York. ISBN: 978-0-86547-748-3

GLOSARIUM

- Logis : benar menurut penalaran; masuk akal
- Pakan : benang yang dimasukkan melintang pada benang lungsin arah lebar kain.
- Lungsi : benang yang membujur pada panjang kain tenunan.

PROFIL SINGKAT



Benedicta Petrina Santoso, berusia 23 tahun. Telah menyelesaikan Sarjana Seni di Universitas Sebelas Maret. Tertarik dengan perkembangan kriya dan mengembangkan inovasi tenun dengan kombinasi kantong plastik bekas.



Ratna Endah Santoso, S.Sn., M.Sn. Lahir di Klaten, 11 Oktober 1976. Dosen Program Studi Kriya Tekstil Universitas Sebelas Maret. Aktif dalam berkarya di bidang tekstil dan fashion serta menggeluti bidang usaha fashion, tekstil dan Craft

KAJIAN ADAPTIVE REUSE PADA BANGUNAN GUDANG SELATAN BANDUNG

Yoga Aditama¹⁾, Yunita Setyoningrum²⁾
Program Studi Sarjana Desain Interior Universitas Kristen
Maranatha^{1),2)}
yunita.setyoningrum@art.maranatha.edu^{1), 2)}

PENDAHULUAN

Bangunan bersejarah merupakan suatu konstruksi yang penting bagi suatu wilayah, serta menjadikannya juga sebagai mesin waktu wilayah tersebut. Pelestarian bangunan bersejarah merupakan hal yang penting dilakukan agar masyarakat dari generasi ke generasi dapat merasakan dan mengetahui bagaimana perkembangan zaman yang berpengaruh terhadap bentuk arsitektur. Pelaksanaan pelestariannya sendiri di Indonesia terdapat beberapa bentuk insentif dan disinsentif yang terdapat di peraturan perundang-undangan.

Proses pelestarian sendiri biasanya disebut dengan istilah konservasi yang terbagi lagi berdasarkan jenis dari kegiatan perubahannya. Menurut Fitch (1982) dengan tambahan pendapat dari Busono (1995), jenis kegiatan dari pemeliharaan bangunan serta tingkat dari perubahan yang terjadi dalam mempertahankan komponen bangunan dapat digolongkan menjadi beberapa tingkat yaitu pengawetan (*preservation*), pemugaran (*restoration*), penguatan (*consolidation*), pemakaian baru (*adaptive reuse*), pembangunan ulang (*reconstruction*) dan pembuatan bangunan baru dengan bentuk yang sama (*replication*) (Busono, 1995)

Pada penelitian ini bangunan Gudang Selatan Bandung dipilih sebagai objek penelitian. Saat ini bangunan tersebut dimanfaatkan dengan metode *adaptive reuse* sebagai pendekatan konservasi. Kebanyakan bangunan kolonial di kota-kota besar di Indonesia tak dapat dimanfaatkan sesuai fungsi awalnya sehingga dibiarkan

terbengkalai dan akhirnya dibongkar (Saputra & Purwantiasning, 2020). Hal ini merugikan karena bangunan kolonial sebagai bagian dari sejarah akhirnya hilang tanpa jejak dan tak dikenal oleh generasi penerus bangsa.

Bangunan Gudang Selatan Bandung mulai direncanakan dan dibangun sejak tahun 1901 selama 8 tahun, hingga pada tahun 1918 mulai digunakan. Gudang Selatan Bandung merupakan kompleks gudang bersejarah yang dulunya tempat penyimpanan logistik para tentara VOC (Kurnia, 2022). Gudang Selatan Bandung dipilih karena merupakan salah satu bangunan bersejarah yang masih beroperasi hingga saat ini dengan pengalihfungsian yang menarik banyak peminat, namun tidak meninggalkan ciri khas dari bangunan tersebut. Bangunan yang dipilih sebagai objek penelitian adalah bangunan Gudang Selatan 22B. Gudang Selatan 22B saat ini digunakan sebagai *creative space*, dimana di dalamnya terdapat *café*, *distro*, bar, workshop kreatif, dan perkantoran yang pada saat ini cukup dibutuhkan oleh berbagai komunitas khususnya generasi muda.

Adaptive reuse merupakan salah satu strategi untuk pelestarian bangunan. *Adaptive reuse* ialah penggunaan kembali bangunan lama dengan memberikan fungsi baru sebagai pengganti fungsi lama tanpa menghilangkan esensi dari bangunan tersebut. Hal ini sebagai langkah yang dapat ditempuh untuk melestarikan sebuah bangunan lama agar dapat tetap berfungsi. Selain itu melalui metode *adaptive reuse*, dapat juga dihasilkan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya, yakni mendapatkan keuntungan finansial dari pemanfaatan komersial bangunan dan cara untuk mewariskan pengetahuan sejarah kepada generasi selanjutnya, juga sebagai solusi untuk menghidupkan kembali kawasan bersejarah yang tak dapat dimanfaatkan lagi sesuai fungsi asal sehingga menjadi terbengkalai (Mısırlısoy & Günçe, 2016).

Tujuan penelitian ini adalah mengobservasi bagaimana suatu konsep *adaptive reuse* pada bangunan bersejarah berpotensi untuk memiliki fungsi penuh. Dengan pelestarian bangunan bersejarah

dengan konsep *adaptive reuse*, maka masyarakat dapat berperan aktif sebagai *customer* yang datang ke bangunan yang sudah dialihfungsikan. Melalui cara tersebut maka gedung tersebut dapat tetap termanfaatkan dan tidak akan menjadi terbengkalai.

Penelitian ini akan menggunakan dua metode yaitu deskriptif kualitatif. Untuk metode deskriptif kualitatif dilakukan dengan mengobservasi langsung kawasan Gudang Selatan dengan mengunjungi dan mengamati bagaimana beroperasinya kawasan Gudang Selatan ini, mewawancarai pengelola, petugas operasional, serta beberapa pengunjung yang datang ke Gudang Selatan. Penggunaan metode deskriptif kualitatif pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana *adaptive reuse* dipraktikkan dan memberi manfaat positif bagi masyarakat.

PEMBAHASAN

Upaya *adaptive reuse* penggunaan kembali bangunan lama dengan memberikan fungsi baru sebagai pengganti fungsi lama tanpa menghilangkan esensi dari bangunan tersebut. Hal ini sebagai langkah untuk melestarikan sebuah bangunan lama agar dapat tetap berfungsi. Selain itu juga menghasilkan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya. Proses ini sebagai solusi untuk menghidupkan kembali kawasan bersejarah.

Pada karya tulis ini pembahasan akan difokuskan kepada gedung gudang selatan 22 B dimana gedung ini merupakan gedung yang paling banyak dialihfungsikan dari gudang logistik milik tentara menjadi sebagai distro, *café*, kantor dll. Perubahan desain pada gedung ini dibagian tembok, ceiling, serta lantainya tidak mengalami perubahan signifikan karena *adaptive reuse* itu sendiri memang tidak mengubah ciri khas dari gedung yang sudah ada dan hanya sedikit di restorasi agar tampilannya tetap terlihat bersih untuk fungsi baru namun tidak meninggalkan bentuk aslinya, bahkan pada beberapa tempat yang menyewa di kawasan ini masih menggunakan konsep yang ada di gudang selatan.

Facade Bangunan



Gambar 1. Facade lama Gudang Selatan
(Sumber : <https://myeatandtravelstory.wordpress.com>)

Facade lama bangunan memiliki warna oranye yang dominan dan sudah pudar seperti tampak pada Gambar 1. Warna itu juga menjadi warna bangunan-bangunan yang berada di kawasan gudang selatan ini. Akses masuk berada di bagian pintu *double-swing* besar yang biasanya hanya dibuka pada satu daun pintu saja. Pintunya sendiri terlihat menggunakan material papan kayu dengan pola *herringbone*. Pada bagian di sekitar pintu terdapat *architrave* sebagai aksen untuk menegaskan area masuk tersebut. Dapat terlihat pada bagian temboknya sudah terkelupas di sana-sini sehingga mengekspos bata di bagian dalamnya.



Gambar 2 Facade baru Gudang Selatan
(sumber : <https://satueestablishment.com/news/entertainment/Wajah-Baru-Gudang-Selatan>)

Dapat terlihat pada Gambar 2 bahwa *facade* baru bangunan ini bagian temboknya sendiri sudah diratakan dan dicat ulang menjadi warna putih. Selain itu ditambahkan pula beberapa tambahan ornamen blumbak tanaman serta *signage*. Akses yang lama berupa pintu *double-swing* besar sekarang sudah ditutup dan ditambahkan bangunan non-permanen untuk dijadikan sebagai pos satpam. Sementara itu, akses masuk dipindahkan ke pintu sebelah (tampak pada Gambar 1 yaitu pintu tertutup yang ukurannya lebih kecil).

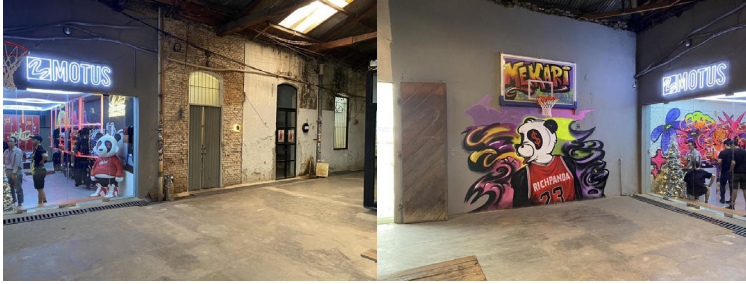
Kondisi Interior



Gambar 3 Tembok Interior
(Sumber : Dokumentasi penulis, 2022)

Gambar 3 menunjukkan kondisi bagian tembok interior bangunan Gudang Selatan ini. Tembok pada Gudang Selatan 22B ini dibiarkan menggunakan tembok asli dari gedung ini sehingga menambahkan kesan *rustic* pada interiornya. Selain itu dapat terlihat juga di foto bahwa *arched window* yang ada tetap dipertahankan setelah diterapkannya *adaptive reuse*.

Pada interior bangunan ini terdapat beberapa fungsi yang berbeda dalam satu bangunan yang dipisahkan menggunakan sekat sekat untuk memisahkan ruangan dengan fungsi yang berbeda tersebut. Kesemuanya adalah fungsi komersial sewa yang kebanyakan merupakan UMKM dengan target konsumen anak muda, antarlain toko pakaian (*distro*), toko perlengkapan olahraga, kantor, dan *coffee shop*.



Gambar 4. Interior Area A
(Sumber : dokumentasi penulis, 2022)

Pada Gambar 4 memperlihatkan area A, yakni bagian terdekat dari pintu masuk. Pada area ini terdapat sebuah toko pakaian dan perlengkapan olahraga. Disini dapat terlihat beberapa perubahan khususnya pada dinding yang ditutup papan dan dihiasi mural dengan ring basket sebagai fasilitas tambahan dari toko ini agar dapat menarik konsumen untuk berkunjung.



Gambar 5 Interior Lorong (Area B)
(Sumber : dokumentasi penulis, 2022)

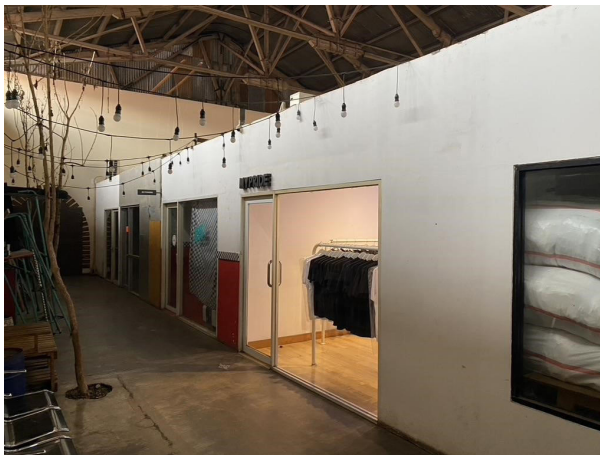
Tidak jauh dari area A, terdapat sebuah Lorong (area B) seperti yang dapat dilihat pada Gambar 5. Di area ini diisi dengan berbagai macam pertokoan dan juga kantor kecil. Akan tetapi di lorong yang berada di bagian tengah bangunan ini memiliki pencahayaan yang kurang baik sehingga membutuhkan penerangan buatan. Kondisi

pada siang hari tampak bahwa pertokoan ini hanya mengandalkan *skylight* dan juga beberapa lampu kecil serta lampu dari dalam toko yang berjajar di sepanjang lorong ini.



Gambar 6. Area C (Kozi Coffee)
(Sumber : dokumentasi penulis, 2022)

Pada lorong sebelumnya terdapat akses untuk ke bagian kiri gedung yang terdapat sebuah *coffee shop*, yaitu Kozi Coffee Lab yang cukup nyaman untuk berdiam lama (lihat Gambar 6). Perubahan yang dilakukan oleh Kozi Coffee Lab ini tidak terlalu banyak hanya pengecatan tembok bangunan, serta membuat partisi dari susunan daun jendela bekas yang disusun secara acak menjadikan tempat ini lebih menarik. Pada bagian depan Kozi Coffee Lab terdapat mural yang dicat pada satu tembok partisi *gypsum board*.



Gambar 7. Area C (bagian depan Kozi Coffee)
(Sumber : dokumentasi penulis, 2022)

Pada bagian depan Kozi Coffee Lab, terdapat lorong yang berisi ruangan yang dimanfaatkan untuk display *distro* dan juga gudang. Sementara itu, untuk pencahayaan pada lorong ini terdapat lampu-lampu yang tergantung di sepanjang lorong.



Gambar 7 fasilitas parkir
(Sumber : dokumentasi penulis, 2022)

Pada bangunan ini sudah terdapat akses parkir otomatis yang membuat kawasan ini lebih aman terhadap pengunjung, untuk pembayarannya sendiri sudah tersedia menggunakan *e-money* seperti kebanyakan mall di Bandung.



Gambar 8 lahan parkir
(Sumber : dokumentasi penulis, 2022)

Pada bangunan ini juga tersedia lahan parkir yang cukup luas untuk para pengunjung yang datang ke gudang selatan.

PENUTUP

Adaptive reuse memberikan perubahan bagi suatu bangunan yang mempengaruhi berbagai sektor yang berbeda seperti ekonomi dan sosial. Dengan adanya *adaptive reuse* ini memberi keuntungan bagi bangunan yang sudah lama tidak digunakan, agar tidak ditinggalkan begitu saja pada sebuah kota. Bangunan Gudang Selatan yang merupakan sebuah gudang yang dialihfungsikan menjadi *commercial space* dapat dieksplorasi menjadi objek wisata yang menarik dan memiliki berbagai macam fungsi yang berbeda di dalamnya, tanpa harus meninggalkan aspek kesejarahan yang dapat terlihat dari beberapa unsur bangunan yang tidak banyak diubah pada gedung ini. Dari sini pengunjung tetap dapat merasakan suasana bangunan dan identitas sejarahnya sebagai gudang penyimpanan senjata saat berkunjung ke gedung ini. Cara mempertahankan unsur-unsur bangunan yang diterapkan dalam bangunan ini dinilai sudah cukup baik. Namun demikian, saran untuk ke depannya pihak pengelola bangunan perlu mengeksplorasi penyajian informasi aspek kesejarahan bangunan ini agar dapat dimanfaatkan lebih optimal sebagai objek wisata warisan sejarah dan budaya (*heritage*) Bandung. Penambahan *display* informasi mengenai fungsi bangunan di awal, atau sejarah perkembangan fungsi bangunan yang dibuat seperti halnya sebuah museum pada titik tertentu di dalam bangunan akan dapat lebih menarik pengunjung peminat wisata sejarah dan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kurnia A. (2022) RIWAYAT JALAN DI KOTA BANDUNG (5): Gudang-gudang Militer di Cikudapateuh.
- Pamungkas. (2019) Gudang Selatan dan Spasial; Sebuah Cagar Ekosistem Budaya dan Industri Kreatif Kota Bandung. <https://medium.com/koncosclub/gudang-selatan-dan-spasial-sebuah-cagar-ekosistem-budaya-dan-industri-kreatif-kota-bandung-94f7a62cb3f2>
- <https://bandungbergerak.id/article/detail/1968/riwayat-jalan-di-kota-bandung-5-gudang-gudangmiliter-di-cikudapateuh>
- Pawitro U. (2015) PRESERVASI - KONSERVASI BANGUNAN BERSEJARAH DAN PENGELOLAAN KAWASAN KOTA LAMA. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/6577/A55.pdf?sequence=1>
- Purnomo AD, Sahira, Destyantari L. (2022) KAJIAN PENERAPAN STRATEGI ADAPTIVE REUSE PADA DESAIN INTERIOR THE GAS BLOCK BRAGA 1930. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/patra/article/download/388/328>
- Robbany IM, Atidipta JMP, Ihsanti AI, Dzauqiah V, Ekomadyo AS. (2019) Tipe Ruang Kreatif di Bandung dan Konteks Pendukungnya. <https://core.ac.uk/download/pdf/322536064.pdf>
- Sofiana R, Purwantiasning AD, Anisa. (2014) Strategi Penerapan Konsep Adaptive Reuse Pada Bangunan Tua Studi Kasus : Gedung PT P.P.I (ex. Kantor PT Tjipta Niaga) Di Kawasan Jakarta Utara <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek/article/view/217>

PROFIL SINGKAT



untuk mengangkat tema topik *adaptive reuse*.

Yoga Aditama merupakan mahasiswa Program Studi Desain Interior Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Kristen Maranatha angkatan 2019. Ketertarikannya dalam bidang desain tata ruang serta perkembangan suatu daerah dengan sejarah yang kental dan tidak ditinggalkan mengantarnya



Pengalaman penelitiannya meliputi penelitian tentang tata ruang terutama di lingkungan domestik, yang berkaitan dengan interaksi sosial manusia, serta tradisi dan budaya Indonesia.

Yunita Setyoningrum saat ini adalah staf pengajar Departemen Desain Interior, Universitas Kristen Maranatha, Bandung, Indonesia. Pengalaman mengajarnya meliputi mata kuliah Studio Perancangan Interior, Metode Penelitian Desain, Studi Faktor Manusia, dan Desain Interior Hijau.

KREATIVITAS PENERAPAN TREN KOREAN WAVE TERHADAP INTERIOR KAFE DI BANDUNG PADA ERA NEW NORMAL: CHINGU CAFÉ

Asti Nenasania¹, Tessa Eka Darmayanti²

^{1,2}) Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Maranatha,
Jl. Prof.drng.Soeria Soemantri No. 65. Bandung 40164 – Jawa Barat
Indonesia.

Correspondent email: tessaeka82@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada akhir tahun 2019, dunia digemparkan dengan peristiwa mewabahnya virus yang dikenal dengan *Corona Virus Disease* (COVID-19) di kota Wuhan, Provinsi Hubei, Republik Rakyat China. Cepatnya penyebaran COVID-19 telah menginfeksi dan menyebabkan kematian jutaan orang di berbagai negara (Mouhayyar et al., 2021). Indonesia menjadi salah satu negara yang ikut terdampak COVID-19 dengan kasus pertama pada tanggal 2 Maret 2020 yang dikonfirmasi langsung oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara. Dalam upaya menekan penyebaran virus, pemerintah Indonesia memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Darmayanti et al, 2021), pada tanggal 15 April 2020 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar. Terjadinya lonjakan kasus terinfeksi yang terjadi membuat pemerintah memberlakukan pembatasan masyarakat dengan PPKM yang dimulai tanggal 11 Januari 2021. Pemberlakuan peraturan-peraturan tersebut mengharuskan masyarakat meminimalisir kegiatan di area publik, sehingga masyarakat mengurangi kegiatan sosial dan lebih banyak melakukan kegiatan di dalam rumah, dengan tujuan untuk memutus mata rantai COVID-19 (WHO, 2020).

Berkurangnya kegiatan sosial membuat masyarakat memiliki kecenderungan tingkat stres lebih tinggi selama masa pandemi COVID-19, minimnya kegiatan yang dapat dilakukan di rumah membuat masyarakat menjadi mudah bosan (Sakina, 2020). Kondisi ini mendorong masyarakat mencari berbagai cara kreatif untuk menghabiskan waktu selama berada di rumah, sehingga terjadi pergeseran produktivitas ke dunia maya, mulai dari memesan makanan dan hal pelengkap seperti hiburan dilakukan secara virtual (Supriyatno, 2020). Di tengah merebaknya penularan virus COVID-19, fenomena Gelombang Korea atau yang lebih dikenal dengan *Korean Wave* semakin meningkat pesat, di mana masyarakat Indonesia dilanda demam Korea karena ketertarikannya akan hal-hal berbau Korea seperti K-Pop, K-Drama, K-Indie bahkan budaya dan gaya hidup ala orang Korea yang dijadikan sebagai konten hiburan dan pelengkap pada masa pandemi COVID-19. Hallyu atau *Korean Wave* adalah istilah yang diberikan untuk budaya pop Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia (Shim, 2006). Berdasarkan data Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (2020) masyarakat mengalihkan hiburan luar ruang dengan menonton seri drama Korea, dari 924 responden 842 diantaranya-Nya mengaku menonton drama Korea selama pandemi COVID-19. Bahkan dari 842 responden, sebanyak 41,3% responden menonton seri drama Korea lebih dari enam kali selama seminggu.

Tingginya minat masyarakat Indonesia akan hal-hal yang berhubungan dengan Korea dapat menjadi peluang yang baik untuk berbagai industri, salah satunya sektor usaha bisnis kafe. Kafe menjadi salah satu tujuan yang banyak dituju masyarakat setelah berkurangnya angka penularan COVID-19, selain karena pilihan menu yang disajikan, interior kafe juga menjadi pertimbangan masyarakat untuk berkunjung dan menghabiskan waktu luang. Dalam sebuah hasil penelitian, menyimpulkan bahwa kinerja elemen desain interior sangat berpengaruh terhadap faktor kenyamanan pengunjung di *Coffee Shop* dan kafe. Hal ini selaras dengan beberapa pendekatan yang terdapat pada keilmuan desain interior yang

memiliki tujuan untuk mengubah suatu bangunan, bagi manusia secara individu atau kelompok agar dapat menjalankan berbagai jenis aktivitas dari yang sederhana sampai yang kompleks dengan nyaman (Harisianti et al., 2020). Ditetapkannya kebijakan *New Normal* pasca menurunnya angka penularan COVID-19 membuat masyarakat dapat memulai kembali berkegiatan di area publik dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Penerapan Tren Korean Wave terhadap interior kafe dapat membangun citra kekinian, di mana penerapan tersebut dapat dilakukan dengan menerapkan peng gayaan pada konsep interior yang dibuat menyerupai suasana kafe Korea. Inovasi menu dan kreativitas desain interior dalam menciptakan suasana kafe Korea dapat menjadi peluang daya tarik pengunjung, terutama bagi mereka penggemar hal-hal yang berkaitan dengan Korea (Limanto, D et al., 2021).

Salah satu cafe yang menerapkan tren Korean Wave ke dalam interiornya yaitu Chingu Café Bandung, Chingu Cafe sendiri sudah memiliki beberapa cabang di Bandung, yang menjadi keunikan dari Chingu Cafe yang terletak di Jl.Sawunggaling No.10 Tamansari, Bandung ini memiliki arsitektur yang sudah lebih cantik dan modern (Michelle, 2021). Chingu Cafe menghadirkan kreativitas desain interior dengan inspirasi yang diambil dari suasana Kota Seoul dan ciri khas Korea Selatan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi dan gambaran dalam memanfaatkan peluang untuk merancang arsitektural dan interior kafe dengan menerapkan tren *Korean Wave* sebagai konsep dan pembentuk suasana ruang. Berdasarkan tujuan tersebut maka, beberapa pertanyaan penelitian terbentuk, yaitu - Apa saja komponen dari tren Korean Wave yang menjadi peluang desain arsitektural dan interior kafe Chingu?

Membahas tujuan penelitian serta menjawab pertanyaan penelitian diperlukan sebuah metode, dan artikel ini dibuat dengan metode penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif ini dilakukan dengan memahami, menelaah dan menafsirkan makna pada sebuah peristiwa meningkatnya suatu tren di tengah pandemi yang dijadikan

peluang untuk diadaptasi ke dalam konsep dan peng gayaan interior kafe di Bandung (Yuanditasari, A. et al., 2021). Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini dikarenakan dapat dengan mudah membantu peneliti menggali informasi yang lebih dalam terkait suatu topik penelitian, yang nantinya informasi yang didapatkan dapat digunakan untuk menentukan tujuan penelitian. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan studi literatur (buku, jurnal, artikel ilmiah) yang terkait dengan pembahasan dalam penelitian dan wawancara terhadap subjek (pengunjung). Penggunaan studi literatur dalam penelitian ini bertujuan sebagai data pendukung penelitian dari hasil-hasil temuan penelitian terdahulu, namun hal ini tidak berarti melakukan konfirmasi secara mendalam terhadap hasil-hasil temuan penelitian terdahulu (Afiyanti, 2005) namun teori yang sudah ada menjadi penjelasan atau penguat yang berakhir menjadi teori baru (Rachmawati, et. al, 2020). Studi Kasus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Chingu Cafe sebagai cafe yang menerapkan tren *Korean Wave*, pengumpulan data dilakukan dengan survey dan mewawancarai pengunjung cafe yang dilakukan pada tanggal 19 April 2022.

PEMBAHASAN

Sejak akhir tahun 2000, Korea Selatan telah mengembangkan bentuk-bentuk budaya baru dalam industri musik, industri film hingga *game online* yang telah berkembang pesat hingga mencapai Amerika Serikat, Chili dan Prancis. Perkembangan teknologi dan informasi semakin mempermudah akses penyebaran budaya-budaya Korea Selatan melalui berbagai industri. Salah satu contoh keberhasilan perkembangan penyebaran budaya Korea Selatan melalui industri musik dapat dibuktikan oleh lagu "Gangnam Style" – PSY, yang mulai mendorong pertumbuhan dan penyebaran tren *Korean Wave* di berbagai negara-negara Asia hingga Barat di tahun 2010 (Wicaksono, et Al., 2021). Tren *Korea Wave* sendiri sudah masuk ke Indonesia sejak tahun 2002 yang diawali dengan masuknya serial drama Korea berjudul 'Winter Sonata' dan 'Endless Love' yang ditayangkan oleh sebuah stasiun televisi swasta dan

menjadi awal mula *Korean Wave* masuk dan mempengaruhi minat masyarakat Indonesia terhadap gelombang Korea atau yang lebih dikenal dengan *Korean Wave* (Lazzuarda, 2022).

Semakin meningkatnya ketertarikan masyarakat Indonesia akan Korea Selatan, memberikan inspirasi kreatif dan banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang mulai mengangkat budaya dan hal-hal yang berkaitan dengan Korea Selatan sebagai tema keseluruhan pada kafe, seperti pada interior, eksterior maupun pilihan menu yang disajikan (Hadiansyah et Al., 2021). Menurut Supriadi (1994) kreativitas adalah kemampuan seseorang melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada. Pernyataan tersebut sesuai dengan pembahasan artikel ini.

Adanya perubahan pola dan gaya hidup yang disertai dengan masuknya budaya-budaya asing membuat pengusaha bisnis kafe atau restoran harus lebih kreatif dan inovatif dalam memunculkan ide-idenya agar dapat menarik perhatian konsumen, salah satunya dengan mengangkat kebudayaan Korea Selatan (Tamara, A. et Al., 2019). Di Bandung sendiri sudah terdapat beberapa kafe atau resto yang mengusung konsep Korea Selatan, salah satunya merupakan Chingu Cafe yang mengangkat tren *Korean Wave* ke dalam interior maupun eksterior bangunan.



Gambar 1. (Kanan) Fasad Chingu Café dan (Kiri) Neon Light.
(Sumber: google.com / Yulie Setiani / Zelly N)

Selain dari itu, tentunya menu yang ditawarkan pun merupakan hidangan-hidangan khas Korea Selatan mulai dari ramyeon,

kimbab, tteokboki dan jajangmyeon. Konsep tren *Korean Wave* di Chingu Café sudah dapat dirasakan saat pertama kali melihat fasad bangunan dengan menerapkan visual yang minimalis dan diperkuat dengan adanya neon light yang menjadi ciri khas cafe yang terdapat di Korea Selatan (Gambar 1).

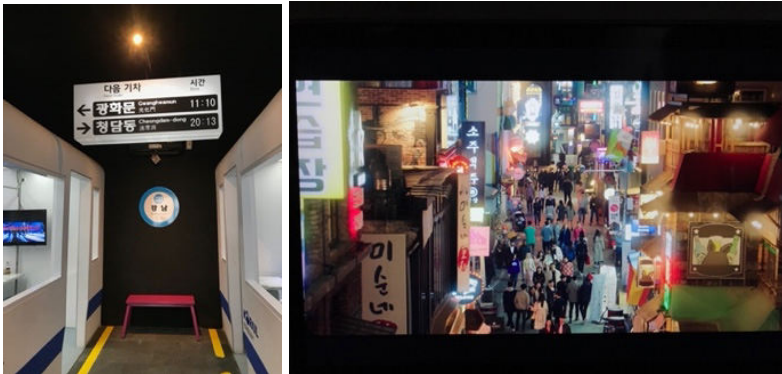
Korea Selatan sendiri identik dengan mural, *signage* atau petunjuk arah, bentuk halte bus yang khas, neon box, *vending machine*, hingga kereta bawah tanah (KTX). Banyak faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan pengunjung pada kafe, diantaranya meningkatkan kualitas menu, sistem pelayanan hingga perlu adanya konsep interior yang unik (Hadiansyah, et Al., 2021). Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 19 April 2022 terhadap salah satu pengunjung bernama Nida, menuturkan bahwa faktor yang mendorongnya untuk mengunjungi Chingu Café yaitu adanya rasa ingin tahu akan cita rasa makanan khas Korea Selatan dan suasananya karena untuk saat ini sulit dirasakan secara langsung akibat adanya keterbatasan untuk berkunjung secara langsung ke Korea Selatan yang membuat Nida memilih untuk mencoba merasakan kesan dan pengalaman tersebut dengan mengunjungi Chingu Café.

Chingu Cafe menerapkan tren *Korean Wave* ke dalam interiornya dapat dilihat dari penggunaan petunjuk arah ciri khas perkotaan Korea yang biasanya dilengkapi dengan lampu jalan pada bagian atasnya dengan penggunaan dua bahasa yaitu bahasa Korea yang bertuliskan huruf hangeul dan huruf alfabet bahasa Inggris (Hadiansyah, Nur. et Al., 2021).



Gambar 2. (Kanan) Signage area Chingu Cafe dan (Kiri) Signage Toilet. (Dokumentasi Penulis, 2022)

Berdasarkan penuturan Nida, ia juga sering melihat signage atau petunjuk arah tersebut yang sering kali muncul seperti dalam beberapa tayangan K-drama yang salah satunya terdapat pada K-Drama dengan judul "Itaewon Class. (Gambar 3)



Gambar 3. (Kanan) Signage KTX dan (Kiri) Signage di Itaewon dalam cuplikan K-drama "Itaewon Class". (Dokumentasi Penulis, 2022)

Korea Selatan memiliki satu transportasi umum yang cukup dikenal dan sering digunakan sebagai film atau drama. Chingu Cafe mengadaptasi bentuk dan interior KoRail ke dalam interiornya yang didesain sangat menyerupai kereta bawah tanah Korea Selatan atau yang lebih dikenal dengan KoRail, Penerapan KoRail tersebut mulai dari mengadaptasi bentuk interior KoRail sendiri hingga dekorasi map railway (Gambar 4).

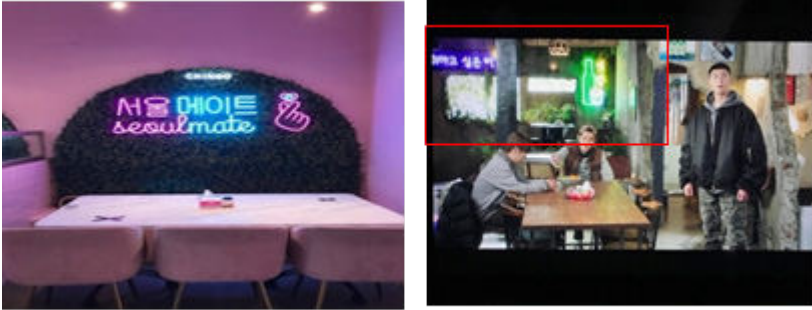


Gambar 4. (Kanan) Area dengan interior KTX dan (Kiri) Railway MAP (Dokumentasi Penulis, 2022)

Korea Selatan memiliki salah satu objek wisata yang terkenal dengan ciri khas mural di sepanjang jalannya, objek wisata tersebut bernama Ihwa Mural Village (Hadiansyah, et Al., 2021). Chingu Cafe juga menggunakan mural sebagai elemen desain interiornya, dengan menggambarkan kehidupan perkotaan Korea Selatan dan nama-nama grup K-Pop. Pengaplikasian mural di Chingu Café terdapat pada area menuju toilet, area dinding tangga menuju mushola, dan beberapa area lainnya (Gambar 5).



Gambar 5. (Kanan) Mural menuju area toilet dan (Kiri) Mural area tangga (Dokumentasi Penulis, 2022)



Gambar 6. (Kiri) Neon Light Chingu Café dan (Kanan) cuplikan K-drama "Itaewon Class" (Dokumentasi Penulis, 2022)

Ciri khas dari Korea Selatan di malam hari terutama di area perkotaan yaitu dihiasi dengan gemerlap lampu. Neon Box dan neon Light menjadi objek khas yang mendeskripsikan suasana di perkotaan Korea. Salah satu daerah di Korea Selatan yang cukup dikenal dengan neon box dan neon light yaitu daerah pusat belanja dan wisata Itaewon, bahkan daerah tersebut dijadikan lokasi sebuah K-Drama berjudul Itaewon Class yang menampilkan beberapa cuplikan berlatar belakang suasana malam dengan gemerlap neon box dan neon light di malam hari (Hadiansyah, Nur. Et Al., 2021). Nida menuturkan pengaplikasian neon box dan neon light menjadi penguat interior Chingu Cafe dalam menghadirkan suasana Korea dalam interiornya (Gambar 6).

Chingu Cafe juga menggunakan beberapa dekorasi dan pendukung suasana lainnya yang semakin memperkuat suasana Korea Selatan. Seperti terdapat *vending machine*, spot foto menyerupai kedai *street food* Korea Selatan, hingga pemutaran musik video grup K-Pop pada beberapa layar televisi yang disediakan di beberapa ruang di Chingu Cafe. Berdasarkan penuturan Nida, hal tersebut juga semakin memberikan kesan dan pengalaman yang menarik ketika mencicipi makanan Korea yang terasa seperti berkunjung langsung ke Korea Selatan (Gambar 7).



Gambar 7. (Kanan) Spot Foto Kedai Street Food dan (Kiri) Vending Machine (Dokumentasi Penulis, 2022)

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan pada artikel ini, dapat disimpulkan bahwa semakin merebaknya tren *Korean Wave* di Indonesia pada era *new normal* dapat dimanfaatkan sebagai peluang dalam menarik minat masyarakat dengan mengangkat tren tersebut menjadi sebuah konsep interior pada suatu café di Bandung. Penerapan tren *Korean Wave* ke dalam interior cafe dapat membangun tren kekinian, di mana penerapan tren tersebut mampu memberikan pengalaman dan menjadi suatu daya tarik bagi pengunjung khususnya masyarakat yang menggemari budaya dan hal yang berkaitan dengan Korea Selatan bagi masyarakat yang belum bisa merasakan suasana Korea Selatan secara langsung. Chingu Café memberikan sajian interior yang unik dengan cara menduplikasi ikon, ciri khas dan stereotip yang melekat dengan budaya Korea Selatan. Langkah kreatif perancangan yang dilakukan pada kafe adalah dengan menerapkan beberapa komponen khas tren *Korean Wave* ke dalam beberapa elemen arsitektural dan interior café. Komponen tersebut dapat diterapkan dengan penggunaan petunjuk arah (*signage*) huruf hangul, *neon box*, mural yang menggambarkan suasana malam di Korea Selatan, adaptasi interior *Korean Rail* untuk area makan, dan elemen dekoratif mendukung lainnya seperti

vending machine, *Korean Railway map*, *neon light* bertulisan nama-nama grup K-POP. Selain itu, kafe ini menerapkan ciri khas *Korean audio* dengan menerapkan alunan musik K-POP dan didukung dengan sajian menu makanan khas Korea Selatan yang semakin memperkuat suasana interior dari penerapan tren *Korean Wave*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Yati (2005). Penggunaan Literatur dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Vol.9, No.1, Hlm. 32-35.
- Darmayanti, Tessa Eka; Kusbiantoro, K; Lesmana, C, Milyardi, R; Gunawan, I. V; Muliati, A & Sugata, F. (2021). Spatial Experience Through Virtual Tour During Pandemic Covid-19 as A Cultural Resilience: Case Study - Pecinan Village, Jamblang, Cirebon, Indonesia. Series: Advances in Social Science, Education and Humanities Research Proceedings of the 1st World Conference on Social and Humanities Research (W-SHARE 2021)
- Hadiansyah, N. M., Ramadhani, F. D. (2021) Kajian Elemen Pembentuk Suasana Ruang Bertema Korean Street View Pada Interior Kafe Chingju di Bandung. *Serat Rupa Journal of Design* Vol. 5, No. 2.
- Haristianti, Vika., Raja, Mulya T.M., Setiawan, Toni F., Mettawan, P.I. (2020). Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior. Laporan Akhir Penelitian Dasar dan Terapan. Universitas Telkom.
- Lazuarda, A. S. (2022). Peran Gelombang Korea (Korean Wave) Terhadap Creative Business Masyarakat di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)* Vol. 6, No. 1.
- Limanto, D., Christina, Marta, F.R., Kurniawati, S.L. (2021) Strategi Public Relations Kedai Kopi Chuseyo Dengan Identitas Korean Wave Dalam Membangun Citra Kekinian. *MEDIASI – Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, Vol. 2 No. 1.
- Michelle (2021) Little Seoul; Korea Di Tengah Bandung. Diakses pada 4 April 2022 <https://news.yoyaku.id/food/little-seoul-korea-di-tengah-bandung/>
- Mouhayyar, El., Jaber T.L., Bergmann, Matthias., Tighiouart, Hocine. (2021). Country-level determinants of COVID-19 case rates and death rates: An ecological Study. Diakses pada 19 Maret 2022. https://www.researchgate.net/publication/355690367_Country-

level_determinants_of_COVID-19_case_rates_and_death_rates_
An_ecological_study

- Pusparisa, Yosepha. (2020). Frekuensi Menonton Drama Korea Selatan Selama Pandemi Covid-19. LIPI: Masyarakat Menonton Drama Korea Lebih dari Enam Kali dalam Sepekan. Diakses tanggal 18 Maret 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/30/lipi-masyarakat-menonton-drama-korea-lebih-dari-enam-kali-dalam-sepekan>
- Rachmawati, Rizka., Akifah, Nabila. (2020). Penerapan Partisi Transparan Sebagai Elemen Interior Daycare di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, Vol. 4, No. 1.
- Sakina, Aulia Rizqi. (2020). Korean Wave di Indonesia saat Pandemi Covid-19. Diakses pada 19 Maret 2022 <https://kumparan.com/rizqia-sakina/korean-wave-di-indonesia-saat-pandemi-covid-19-1usGiUzBJvL/full>
- Shim, D. (2006). Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia. *Media, Culture and Society*, Vol. 28, pp. 25–44. <https://doi.org/10.1177/0163443706059278>
- Supriadi, Dedi. (1994). *Kreativitas, Kebudayaan & Perkembangan Iptek*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, Helmi. (2020) Gelombang Korea di Masa Pandemi Covid-19. Diakses pada 18 Maret 2022. <https://www.harianbhirawa.co.id/gelombang-korea-di-masa-pandemi-covid-19/>
- Tamara, Amamlia., Suyanto, Ama (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Membentuk Perubahan Minat Konsumen Dari Makanan Tradisional Menjadi Makanan Korea di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 3 No. 2.
- Wicaksono, Alvin M., Patricia A., Maryana, Dita. (2021) Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style di Indonesia. *Jurnal Sosial Politika*, Vol. 2, No. 2.
- World Health Organization. (2020). *Coronavirus disease 2019 (covid-19) situation report – 70*.https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200330-sitrep-70-covid-19.pdf?sfvrsn=7e0fe3f8_2
- Yuanditasari, Aldila., Nastiti A.R., Hasya, H.A. (2021) Adaptasi Desain Interior dan Perubahan Perilaku Masyarakat Terhadap Rumah Tinggal Selama Krisis Pandemi Covid-19. *Prosiding SNADES*

PROFIL SINGKAT



Asti Nenasania, lahir di Bandung, 20 Juli 2000. Pada saat ini, Asti tengah mempersiapkan Tugas Akhir di Pendidikan S1 Program Studi Desain Interior, FSRD, Universitas Kristen Maranatha. Asti memiliki hobi mendengarkan musik dan menonton film atau drama korea. Rencana yang akan lakukan setelah lulus, bekerja dibidang Desain Interior dan ingin mencoba untuk membuka bisnis di bidang fashion.



Tessa Eka Darmayanti, Ph.D adalah Dosen Senior di Program Studi Desain Interior, FSRD, Universitas Kristen Maranatha, Bandung, Indonesia. Tessa, aktif dalam penelitian dan publikasi skala national maupun internasional yang melibatkan desain dengan pengaruh budaya, terutama pada isu ruang ketiga dan fenomenologi.

VISUALISASI HUMAN EMOTION

Sekar Ayu Kuncoroputri¹⁾, Ariesa Pandanwangi²⁾, Wawan Suryana³⁾
Program Studi Seni Rupa Murni, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Universitas Kristen Maranatha
Email korespondensi: sekarayu.kp1111@gmail.com

PENDAHULUAN

Menurut Cahyono (2011), emosi adalah suatu reaksi spontan yang timbul sebagai respon terhadap suatu peristiwa. Emosi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dan manusia tidak dapat melepaskan diri darinya. Jika emosi tidak ada, kehidupan manusia akan terasa hampa (Putra Kurniawan & Hasanat, n.d.). Ketika terjadi peristiwa, berbagai macam emosi akan muncul baik di sekitar maupun dalam diri kita. Ketika peristiwa tersebut menguntungkan, beberapa orang akan menunjukkan ekspresi emosi positif, sementara yang lain akan mengekspresikan emosi negatif sebagai respons utama. Jika peristiwa tersebut tidak menguntungkan, maka kedua jenis emosi akan selalu muncul.

Emosi tidak hanya timbul sebagai tanggapan terhadap peristiwa, tetapi juga dapat muncul dari interaksi antara individu. Interaksi tersebut dapat terjadi dalam berbagai lingkungan seperti keluarga, sekolah, tempat kerja, dan lingkungan lainnya. Emosi yang digunakan oleh kedua belah pihak dalam interaksi ini akan menentukan sifat hubungan mereka, apakah bersifat positif atau negatif. Hubungan yang positif terbentuk ketika kedua pihak menggunakan emosi positif seperti senyuman, kegembiraan, dan lain sebagainya. Hal ini terjadi karena masing-masing pihak merasakan kehangatan dan kenyamanan dalam menjalin hubungan tersebut. Sebaliknya, hubungan yang bersifat negatif terjadi ketika kedua pihak menggunakan emosi negatif seperti kemarahan, kekecewaan, dan emosi negatif lainnya. Hal ini disebabkan karena salah satu atau kedua belah pihak merasa tidak nyaman atau tersakiti dalam proses komunikasi (Putra Kurniawan & Hasanat, n.d.).

Seorang seniman merupakan salah satu individu yang mengalami emosi-emosi tersebut. Emosi seniman sangat penting untuk dieksplorasi guna merespons peristiwa yang terjadi. Dari ketiga jenis emosi tersebut, emosi yang digunakan dalam proses penciptaan ini merupakan eksekusi yang dipilih oleh perupa. Emosi seniman berfungsi sebagai metafora dari emosi yang muncul dari alam bawah sadar yang kemudian tercermin pada wajah manusia dalam bentuk ekspresi emosi sebagai respons utama terhadap peristiwa yang terjadi (Elnissi et al., 2022; Susanti, 2018; Yunaldi, 2016). Penciptaan ekspresi visual dari emosi manusia dalam bentuk karya seni lukis dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan emosi seniman yang sulit diungkapkan melalui kata-kata menjadi karya seni, sehingga emosi tersebut dapat dipahami oleh para pengamat (Elnissi et al., 2022; A Pandanwangi, 2020). Melalui penggunaan elemen visual dalam karya seni, penciptaan karya seni tidak hanya menampilkan objek, figur, dan komposisi yang indah, tetapi juga mampu menggerakkan hati para pengamat dan membawa mereka ke dalam suasana yang tercipta dalam karya seni lukis.

Kegiatan proses berkarya memiliki manfaat bagi seniman, yaitu emosi yang sudah tertuang ke dalam karya seni dapat berperan sebagai pesan tanpa kata-kata untuk disampaikan kepada para apresiator yang diharapkan memunculkan tingkat kebahagiaan yang mengapresiasi karena mereka larut ke dalam karya seni yang diciptakan (Ariesa Pandanwangi et al., 2021; Septian et al., 2022). Karya-karya seni yang diciptakan menjadi jembatan untuk mengungkapkan emosi seniman kepada para apresiator, seperti sukacita, kesedihan, amarah, dan emosi-emosi lainnya. Selain itu, manfaat dari karya seni ini juga dapat dirasakan oleh para apresiator, yaitu dapat merangsang imajinasi mereka untuk turut merasakan situasional yang tercipta di dalam karya seni dan memetik pesan yang terkandung di dalamnya.

Dalam proses pembuatan karya seni, terdapat beberapa karya seni bertemakan emosi manusia yang pernah diciptakan

oleh para pendahulu yang merupakan seniman-seniman lukis ternama di dunia. Beberapa di antaranya adalah *The Starry Night* karya Vincent van Gogh yang memvisualisasikan sebuah karya seni lukis yang menggambarkan langit malam yang berkilauan dengan bintang ini mengekspresikan rasa kagum, keindahan, dan rasa takjub terhadap alam. *The Persistence of Memory* karya Salvador Dalí yang memvisualisasikan sebuah karya seni lukis yang menampilkan jam-jam yang leleh ini menciptakan suasana yang surreal dan menggugah rasa kebingungan, waktu yang melar, dan misteri. *The Birth of Venus* karya Sandro Botticelli memvisualisasikan dewi Venus yang sedang muncul dari laut dengan sikap yang elegan, hingga membangkitkan rasa kecantikan, dan keanggunan yang menawan. *Les Femmes d'Alger (O. J. R. M.)* karya seniman Pablo Picasso memvisualisasikan beberapa wanita seolah berpakaian sangat terbuka dengan bentuk yang terdistorsi dan dieksplorasi. Karya seni lukis ini menciptakan rasa ketegangan, keanehan, dan ketidaknyamanan bagi yang mengapresiasi. *The Raft of the Medusa* karya seniman Théodore Géricault memvisualisasikan tragedi kapal Medusa. Karya seni lukis ini mampu membangkitkan emosi keputusasaan, ketakutan, dan harapan dalam keadaan yang putus asa. *The Thinker* karya seniman Auguste Rodin, secara visual karya seni patungnya memperlihatkan seorang pria yang sedang berpikir dengan sikap yang mampu menggugah emosi dan kontemplasi, dan pemikiran yang mendalam. Karya-karya seni ini hanya beberapa contoh dari berbagai karya seni yang menghadirkan emosi yang kuat (Adajian, 2018; Arifian, 2017; Kleiner, 2014; Marks, 2016). Setiap seniman memiliki cara unik untuk mengungkapkan dan menggugah emosi dalam karya mereka, menciptakan pengalaman yang mendalam dan mengesankan bagi para penikmat seni.

Berdasarkan informasi yang telah diuraikan, menciptakan karya seni dengan berbagai ekspresi wajah dapat menjadi sarana untuk menyampaikan pesan kepada para pengagum dengan mengandalkan emosi yang terpancar dalam karya seni tersebut. Dalam setiap karya, terdapat seniman yang menggunakan gambaran visual adegan kehidupan untuk mengekspresikan emosi manusia

yang terdapat di dalamnya, sementara ada pula seniman yang menggambarkan emosi pribadi mereka sebagai representasi dari emosi yang dirasakan oleh para pengagum.

PEMBAHASAN

Beberapa karya penciptaan yang dibuat adalah



Gambar 1. Kebebasan karya Sekar Ayu Kuncoroputri. 2023. Cat Minyak di atas Kanvas. 100 cm x 135 cm. Dokumentasi: Tim peneliti. 2023.

Karya dengan judul kebebasan terinspirasi dari suatu momen ketika perupa sudah melewati suatu masalah. Masalah tersebut merupakan masalah tersulit yang dianggap rumit bagi perupa, karena kemampuan yang terbatas untuk mengatasinya. Walaupun harus tetap menjalaninya, masalah tersebut bukannya mereda dan berkurang, melainkan semakin bertambah banyak. Akibatnya, perupa merasa terkekang olehnya, sehingga tidak bisa menjalani kehidupan dengan bebas bagaikan rantai-rantai yang membelenggu perupa. Beruntungnya, masa ini tidak berlangsung lama dan ketika terlepas darinya, perupa merasakan suatu momen kebebasan yang akan selalu perupa ingat. Sukacita merupakan emosi positif perupa sebagai respon utama terhadap peristiwa ini.



Gambar 2. Proses pembuatan karya seni lukis berjudul Kebebasan buatan Sekar Ayu Kuncoroputri. 2023. Cat Minyak di atas Kanvas. 100 cm x 135 cm. Dokumentasi: Tim peneliti. 2023.

Momen yang disertai dengan munculnya emosi ini kemudian perupa tuangkan ke dalam sketsa di atas kertas HVS berukuran A5 dengan posisi *portrait* yang merupakan hasil pemotongan dari kertas HVS berukuran A4. Proses ini dilakukan dengan menggunakan pensil dan penghapus sebagai peralatannya. Ketika proses pembuatan gestur tubuh figur dengan kepala menengadahkan ke atas sambil mengangkat kedua tangannya posisi sudut pandang depan atau *front view*, dibutuhkan referensi visual berupa foto-foto dari internet. Setelah melalui proses asistensi, sketsa ini kemudian diterapkan di atas kanvas berukuran 100 cm x 135 cm. Peralatan yang digunakan adalah cat minyak dan kuas. Dalam karya seni ini, figur utama dibuat lebih besar karena memiliki peran penting dalam mengekspresikan emosi positif berupa sukacita ketika terbebas dari belenggu masalah. Proses pembuatan figur ini dibutuhkan referensi visual yang sudah didapatkan untuk membuat bentuk yang lebih detail. Untuk pembuatan rantai-rantainya, juga dibutuhkan referensi visual dengan sumber pencarian yang sama. Rantai-rantai tersebut dibuat mengelilingi figur utama sebagai visualisasi dari kekangan masalah yang membelenggunya. Kemudian, rantai-rantai itu dibuat hancur oleh awan imajinasi dengan cahaya harapan kebebasan

yang dibawanya yang terjun ke atas figur utama secara vertikal. Dengan demikian, figur utama terbebas dari masalah-masalah yang mengekanginya.

Setelah sketsa selesai dilakukan, bidang-bidang yang terbentuk pada objek dan figur akan diberikan warna dasar. Proses mendapatkan warna yang dibutuhkan dilakukan di atas palet menggunakan pisau palet atau langsung menorehkan cat dengan berbagai warna di atas kanvas dan langsung dicampur dengan menggunakan kuas. Ketika selesai memberikan warna dasar, setiap objek dan figur akan diberikan warna gelap dan terang untuk memberikan volume pada masing-masing objek dan figur. Tekstur pada keduanya dibuat tidak halus agar memberikan kesan tekstur semu. Objek dan figur yang sudah berwarna dan memiliki volume hasil gelap terang akan diberikan detail sebagai *finishing* dalam proses penciptaan karya seni visual.



Gambar 3. di bawah intimidasi karya Sekar Ayu Kuncoroputri. 2023. Cat Minyak di atas Kanvas. 135 cm x 100 cm. Dokumentasi: Tim peneliti. 2023.

Karya berikutnya adalah Di Bawah Intimidasi yang terinspirasi dari suatu momen ketika perupa sedang menghadapi masalah besar. Keberadaannya membuat respon utama yang muncul dari diri perupa adalah emosi negatif berupa ketakutan. Selain kehadirannya,

perupa juga takut menghadapinya, karena takut bukannya masalah tersebut teratasi, melainkan ia bertambah banyak dan besar. Oleh karena masalah-masalah ini terus mengganggu perupa, rasa terintimidasi muncul.



Gambar 4. Proses pembuatan karya seni lukis berjudul Di Bawah Intimidasi buatan Sekar Ayu Kuncoroputri. 2023. Cat Minyak di atas Kanvas. 100 cm x 135 cm. Dokumentasi: Tim peneliti. 2023.

Rasa yang lahir ini kemudian dituangkan ke dalam sketsa berupa gambar di atas kertas HVS berukuran A5 dengan posisi *portrait* yang merupakan hasil pemotongan dari kertas HVS berukuran A4. Peralatan yang digunakan adalah pensil dan penghapus. Dalam prosesnya, perupa menggunakan referensi visual berupa foto-foto yang diambil dari tangan diri sendiri dengan menggunakan kamera telepon genggam untuk membuat tangan-tangannya. Ketika membuat figur utama yang sedang meringkuk, perupa menggunakan referensi visual berupa foto-foto dari internet. Setelah sketsa selesai dan telah melewati proses asistensi, sketsa ini kemudian diterapkan di atas kanvas berukuran 100 cm x 135 cm dengan menggunakan cat minyak dan kuas. Sosok figur utama di dalam karya seni dibuat lebih kecil daripada tangan-tangan

besar berkuku panjang yang mengelilingi dan menghantuinya sebagai visualisasi dari masalah-masalah besar yang terus menerus mengganggu figur utama, sehingga ia merasa terintimidasi.

Ketika objek dan figur sudah terbentuk, bidang-bidang yang tercipta akan diisi dengan warna dasar. Proses pembuatan warnanya bisa dilakukan dengan mencampur cat di atas palet dengan menggunakan pisau palet, bisa juga dilakukan secara langsung dengan menorehkan cat berbagai warna di atas kanvas dan langsung diaduk dengan kuas ketika mewarnai. Setelah proses pemberian warna dasar selesai, objek dan figur akan diberikan gelap terang untuk memberikan volume pada objek dan figur, dan goresan yang tercipta tidaklah halus untuk memberikan kesan tekstur semu. Ketika tahap ini sudah dilaksanakan, objek dan figur akan diberikan detail sebagai tahap terakhir pembuatan karya seni lukis.

PENUTUP

Emosi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia, tanpa emosi, kehidupan akan menjadi kering dan tidak berarti. Emosi menunjukkan variasi yang luas, hingga tingkat kebahagiaan. Hal ini merupakan respons terhadap peristiwa, dan tergantung pada individu untuk memilih dan mengelola emosi yang muncul. Perupa juga memiliki emosi-emosi yang harus diatasi saat mengekspresikannya dalam merespon peristiwa. Emosi ini kemudian diungkapkan melalui karya seni lukis dengan mempertimbangkan warna, bentuk, komposisi, serta teknik yang digunakan selama proses kreatif. Karya seni lukis merupakan hasil penciptaan perupa yang berfungsi sebagai pengganti pesan verbal yang dapat disampaikan kepada para pengagum. Selain itu, para apresiator juga dapat merasakan atmosfer yang tercipta dalam karya seni tersebut dan menemukan pesan yang terkandung di dalamnya. Karya seni lukis yang dibuat oleh perupa dapat bermanfaat dalam membantu para apresiator dalam merenungkan diri ketika melihat ekspresi emosi pada wajah tokoh utama yang merespons peristiwa yang juga pernah dirasakan oleh para apresiator.

DAFTAR PUSTAKA

- Adajian, T. (2018). *The Definition of Art*. Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/art-definition/>
- Arifian, A. (2017). *Sejarah Dunia Abad Pertengahan 500–1400 M*. PT Anak Hebat Indonesia.
- Elnissi, S., Rahim, M. A., & Suryana, W. (2022). Memotion of Fragrance. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(1), 325. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i1.492>
- Kleiner, F. S. (2014). Gardner's Art Through The Ages: A Concisw Western History. In S. A. Poore (Ed.), *Wadsworth, Cengage Learning, USA* (Third Edit). Wadsworth, Cengage Learning.
- Marks, T. (2016). Art history. In *Apollo* (Vols. 2016-Novem, Issue November).
- Pandanwangi, A. (2020). Upaya Perupa dalam Menyikapi Pandemi Covid 19. *Prosiding Seminar Nasional Hardiknas*, 91–98. <http://proceedings.ideaspublishing.co.id/index.php/hardiknas/article/view/14>
- Pandanwangi, Ariesa, Ida, I., Ratnadewi, R., Manurung, R. T., Budiman, I., & Vincent, V. (2021). Tingkat Kebahagiaan Masyarakat setelah Adanya Mural di Kelurahan Sukawarna Kecamatan Sukajadi Bandung. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 7(2), 137. <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i2.365>
- Putra Kurniawan, A., & Hasanat, N. U. (n.d.). *Perbedaan Ekspresi Emosi Pada Beberapa Tingkat Generasi Suku Jawa di Yogyakarta*. 34(1), 1–2.
- Septian, V. L., Effendi, I. Z., & Pandanwangi, A. (2022). The Vibrant of Harmony. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(1), 187. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.1.187-194.2022>
- Susanti, R. (2018). Perkembangan Emosi Manusia. In *Jurnal Teknodik* (Vol. 4, Issue 15). <https://doi.org/10.32550/teknodik.v4i15.389>
- Yunaldi, A. (2016). *Dinamika ekspresi emosi melalui garis dan warna* (Vol. 1, Issue 2).

PROFIL SINGKAT



Sekar Ayu Kuncoroputri. Lahir di Bandung pada tanggal 11 November 2000. Sekolah yang ditempuh untuk mendapatkan pendidikan adalah sekolah TKK BPK PENABUR Cimahi yang dimulai pada tahun 2004 dan lulus pada tahun 2007. Sekolah berikutnya adalah SDK BPK PENABUR Cimahi pada tahun 2007 dan lulus pada tahun 2013. Sekolah menengah pertama ditempuh di SMPK BPK PENABUR Cimahi pada tahun 2013 dan lulus pada tahun 2016. Sekolah menengah akhir ditempuh di SMAK 3 BPK PENABUR Bandung pada tahun 2016 dan lulus pada tahun 2019. Saat ini adalah mahasiswa dari Program Studi Seni Rupa Murni, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha, yang dimulai pada tahun 2019 sampai sekarang.



Wawan Suryana lahir di Bandung, 24-091964. Lulus D3 Teater ASTI/ISBI-Bandung. Pendidikan Sarjana Seni Lukis dilaluinya di STSI/ISI Denpasar-Bali dengan spesialisasi Pedalangan Bali, tidak selesai. Pendidikan S2 Seni Murni di Program Magister Seni FSRD ITB Bandung. Aktifitas lainnya sebagai *Art Director* untuk Teater dan Film. Aktif pameran lukisan dalam dan luar negeri. Sekarang sebagai Dosen Tetap di program Sarjana Seni Rupa Murni FSRD UK. Maranatha, dan tinggal jl. Gunung Kinibalu no 1 Pondok Fadent Cimahi Utara. Email 2464wskodrat@gmail.com

SENI INSTALASI “DOGLA” PADA INDOFAIR TAHUN 2018 SIMBOL KOLABORASI BUDAYA INDONESIA DAN SURINAME

Tri Wahyudi¹, Adisti Ananda Yusuff², Salman Maulana³
Universitas Esa Unggul, Desain Komunikasi Visual
tri.wahyudi@esaunggul.ac.id
Adisti.ananda@esaunggul.ac.id
salmanmaulana@esaunggul.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia dan Suriname adalah kedua negara yang tentu saja mempunyai kedekatan secara historis mengingat bahwa etnis Jawa menjadi salah satu dari beragam etnis yang berjumlah 15% dari 100% total keseluruhan warga negara Suriname sehingga etnis Jawa menjadi bagian dari masyarakat bangsa di Suriname dan tentu saja hal ini tidak menjadi sesuatu yang sulit dalam menjalin hubungan kerjasama antar kedua negara melihat dari aspek sejarah dari masa kolonialisme hingga masing-masing menjadi bangsa yang merdeka.

Salah satu kolaborasi budaya antar kedua negara antara Indonesia dan Suriname adalah penyelenggaraan event Indofair, yang merupakan event tahunan yang digagas oleh KBRI Paramaribo dan Komunitas Masyarakat Jawa Suriname (*Vereniging Herdenking Javaanse Immigratie*) sejak tahun 1996. Pameran ini juga telah menjadi tempat favorit kalangan masyarakat Suriname, khususnya keturunan Jawa untuk saling bertemu dan menikmati budaya Indonesia dan sejak awal penyelenggaraannya di Suriname, Sana Budaya menjadi tempat yang selalu dipilih untuk menggelar event tersebut.

Dengan tujuan sebagai sarana promosi produk-produk unggulan IKM, kegiatan ini juga berpeluang untuk memperluas pasar ekspor dan meningkatkan kerjasama ekonomi bilateral antar kedua negara, terbukti ditahun 2018 tidak kurang ada 10 stand

produk industri kreatif dari Indonesia maupun dari Suriname itu sendiri untuk ikut berpameran, dan juga diikuti oleh tidak kurang dari 10 stand kuliner yang khas dengan citarasa masakan-masakan Jawa Suriname yang juga ikut terlibat dalam menjual makanan tersebut.

Pagelaran Indofair bukan hanya menampilkan produk-produk industri kreatif yang identik dengan ciri khas dari Indonesia dan Suriname tapi beragam stand pameran yang menampilkan produk kuliner yang berasal dari Indonesia maupun dari Suriname itu sendiri, selain juga menampilkan beragam seni pertunjukan yang berasal dari Indonesia.

Penyelenggaraan event Indofair pada tahun 2018 diselenggarakan di Sana Budaya dimana tempat tersebut selain menjadi tempat berkumpulnya masyarakat keturunan Jawa untuk saling berdiskusi dan mempelajari beragam budaya yang ada di Indonesia juga terdapat ruang seni rupa yang bernama Volksakademie yang diinisiasi oleh perupa yang bernama Soeki Irodikromo dan ditahun yang sama kedutaan besar republik Indonesia Paramaribo bekerjasama dengan Sana Budaya dan Directoraat Cultuur Suriname melakukan kerjasama kebudayaan dalam hal pengenalan karya seni kriya dalam bentuk seni ukir dan seni anyam dengan mendatangkan praktisi seni dari Indonesia untuk mengajar seni sekaligus bahasa Indonesia.

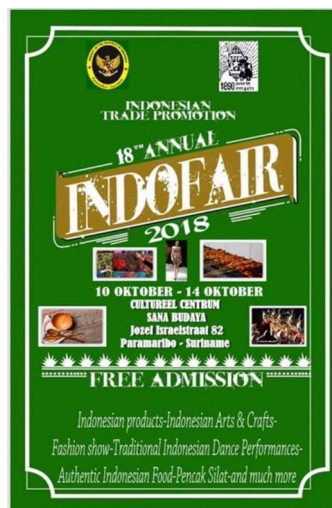
Indofair menjadi sebuah acara tahunan yang menarik karena pada akhirnya mempertemukan beragam budaya yang berbeda antara Suriname dan Indonesia dimana kedua negara tersebut mempunyai warga masyarakat yang berasal dari berbagai macam etnis dan suku bangsa, dan keragaman tersebut yang membuat kedua bangsa ini satu sama lain memiliki identitas persatuan bangsa yang kuat.

Walaupun Indofair merupakan inisiasi dari KBRI Paramaribo Suriname untuk memperkenalkan kebudayaan Indonesia di Suriname sehingga menjadi salah satu bentuk diplomasi budaya dimana dalam penyelenggarannya juga menampilkan beragam

budaya mulai dari kuliner, seni pertunjukan tradisi maupun modern diantaranya ada seni tari, musik, maupun drama, ada juga kerajinan, seni rupa, tanaman hias hingga beragam booth atau stand menjual perlengkapan dapur rumah tangga yang berasal dari beragam etnis masyarakat dan boleh diikuti oleh beragam kalangan masyarakat diluar suku Jawa akan tetapi yang menjadi ciri khas dari penyelenggaraan kegiatan ini adalah jangan sampai meninggalkan identitas Indonesia yang paling utama sekaligus menjadi daya tarik masyarakat Suriname ketika datang di Indofair.



Gambar 1. Stand Persatuan Dharma Wanita KBRI Paramaribo



Gambar 2. Poster Indofair tahun 2018

PEMBAHASAN

1. Program Awal

Pada tahun 2018 penyelenggaraan Indofair Suriname menjadi sesuatu berbeda karena pada bulan Juli hingga Oktober KBRI Paramaribo membuat agenda pendampingan seni kepada masyarakat yang tertarik dengan seni ukir, seni anyam, dan pengajaran Bahasa Indonesia di KBRI Paramaribo yang pada akhir penutupan program tersebut akan dibuat pada event Indofair yang berlangsung di Sanabudaya.

Ketiga program tersebut yakni seni ukir, seni anyam, dan pengajaran Bahasa Indonesia diselenggarakan di 3 tempat yang berbeda yakni Sanabudaya atau lebih tepatnya menggunakan tempat Volksacademie, Directoraat Cultuur dan Kedutaan Besar Republik Indonesia Paramaribo yang mana alasan untuk membuat program pendampingan seni ini ada diketiga tempat tersebut karena antusias dari masyarakat yang begitu luas dengan adanya program ini.

Ketiga tempat yang tersebut diatas mewakili dari keberagaman warga masyarakat Suriname yang sangat plural, misalnya peserta dari Sanabudaya mayoritas peserta yang ikut berasal dari Etnis Jawa, dari Directoraat Cultuur warga masyarakat yang antusias untuk ikut berasal dari etnis creol, brazil, jawa, eropa, bahkan Indian. Sedangkan keberadaan program pengajaran Bahasa Indonesia sendiri diselenggarakan di KBRI Paramaribo yang mana antusias dari peserta tersebut mayoritas berasal dari etnis Jawa yang memang tertarik untuk mempelajari Budaya dan Bahasa Indonesia yang menjadi bahasa asing bagi masyarakat Suriname keseluruhan.



Gambar 3. Peserta seni ukir dari Sanabudaya



Gambar 4. Peserta seni ukir dari Direktorat Cultur

2. Pendampingan dan Pembuatan Instalasi Seni

Kegiatan pendampingan dan pengajaran seni yang berlangsung selama kurang lebih 3 Bulan yang berlangsung di Paramaribo Suriname yaitu dengan mengajarkan Seni Ukir dan Anyam di beberapa tempat dan komunitas seni akhirnya tidak cuma mengajarkan bagaimana karya seni kriya itu dibangun akan tetapi juga banyak memunculkan diskusi baru yang terkait dengan dunia industri seni yaitu bagaimana bisa memanfaatkan karya seni yang dibuat dapat menjadi nilai estetika maupun nilai ekonomis.

Masyarakat Suriname adalah masyarakat yang tidak pernah memandang sebuah pekerjaan harus dilakukan secara terpisah antara pria maupun wanita, seperti yang terlihat didalam dokumentasi bahwa peserta wanitapun juga ikut membuat karya seni ukir yang mana di beberapa tempat di Indonesia hal tersebut merupakan pekerjaan seorang pria.

Sampai pada diskusi bagaimana karya seni itu dapat dihadirkan secara menyeluruh dimuka publik, kemudian antara kelas seni ukir dan seni anyam memutuskan untuk membuat karya kolaborasi dalam bentuk karya Instalasi yang nantinya akan dipamerkan dan menjadi media pembuka dalam pagelaran Indofair tahun 2018.

Karya kolaborasi yang dibuat untuk pagelaran indofair ini melibatkan semua unsur yang ada dikelas seni ukir dan anyam yang ada di Sanabudaya maupun Directorate Cultuur, proses ini dimulai dengan beberapa tahapan yaitu :

- a. Diskusi tentang Ide karya kolaborasi
- b. Membuat Perencanaan dan Perancangan Bersama
- c. Perwujudan Karya Instalasi
- d. Pameran karya Kolaborasi Seni Instalasi

Tahap 1. Diskusi tentang Ide karya kolaborasi

Dalam tahapan ini semua peserta dari berbagai kelas dikumpulkan untuk saling berbicara mengemukakan pendapat tentang jenis karya kolaborasi yang akan dibuat yang akhirnya diambil kesimpulan bahwa karya yang dibuat harus mewakili dari unsur tiap kelas seni yang dibuat, yang dalam hal ini adalah kelas seni ukir dan kelas seni anyam.

Yang kemudian juga berkembang untuk memberikan nilai identitas budaya dari karya yang dibuat, karena karya ini juga melibatkan peserta dari beragam etnis seperti Jawa, Creol, Cina, Eropa, dan bahkan masyarakat adat yang diwakili oleh peserta keturunan dari etnis Indian.



Gambar 5. Peserta seni anyam di Direktorat Cultuur

Tahap 2. Membuat Perencanaan dan Perancangan Bersama

Tahap Perencanaan dan perancangan bersama ini dalam bentuk membuat aktivitas untuk mulai memberikan ide visual yang menarik, bisa dalam bentuk sketsa secara berkelompok maupun sketsa pribadi yang nanti akan dijadikan voting untuk kesepakatan.



Gambar 6. Peserta seni ukir dari Direktorat Cultuur

Tahap 3. Perwujudan karya Instalasi

Perwujudan karya instalasi ini diselesaikan di 2 tempat yaitu Sanabudaya dan Directoraat Cultuur, pada bagian proses awal dikerjakan di Directoraat Cultuur dengan cara bergotong royong bersama dengan peserta kelas seni ukir dan anyam untuk membeli bahan-bahan dari bambu, kayu, kain, tali, cat besi, tanaman hias, dan beberapa karya yang mewakili kelas Ukir dan Anyam.



Gambar 7. Peserta seni ukir dari Sanabudaya



Gambar 8. Peserta seni ukir dari Sanabudaya

Tahap 4. Pameran Karya Kolaborasi Instalasi

Yang terakhir adalah membawa karya tersebut ke Sana Budaya untuk memberikan sentuhan terakhir terhadap karya seni Instalasi ini kepada komunitas yang ada di Sanabudaya.



Gambar 9. Karya Instalasi Dogla di Sanabudaya



Gambar 10. Pembukaan Indofair dengan karya Instalasi Dogla



Gambar 11. Pertunjukan Music di Indofair dengan Instalasi Dogla

3. Nilai Filosofi Karya Dogla

Nama "Dogla" dipilih setelah semua peserta mempertimbangkan semua nama yang ada, mengambil nama "Dogla" dalam bahasa suriname berarti campuran atau keturunan mixed dari kedua orang tua yang berbeda etnis, sehingga menghasilkan seorang

warga keturunan dari berbagai etnis yang ada, dan hal itu pula yang sekaligus menjadi nilai filosofis dari karya instalasi Dogla karena dibuat oleh beragam masyarakat Suriname yang berasal dari berbagai macam etnis.

Sedangkan simbol dari kain yang membentang dari kanan kiri instalasi dimaksudkan untuk menghargai dari warga masyarakat Creole atau Suriname yang mempunyai budaya memakai kain panjang dalam setiap acara resmi.

Simbol bendera Merah Putih dan Bendera Suriname adalah sebagai simbol dari kerjasama antar kedua negara yang digantungkan pada bentuk pondasi dari bambu yang berbentuk persegi yang artinya adalah sebuah tempat untuk bernaung antara kedua negara ini.

Pada penyangga instalasi juga tidak lupa diberikan perwakilan 1 karya pada tiap kelas yaitu seni ukir dan seni anyam. Yang kemudian pada sesi pembukaannya juga diberikan alat musik gamelan yaitu berupa gong sebagai sebuah simbol dari peresmian antar kedua negara untuk bekerjasama dalam hubungan diplomasi negara dan sebagai identitas masyarakat Jawa itu sendiri.

Secara keseluruhan karya seni instalasi “ Dogla” adalah sebuah simbol dari Pluralisme dari kedua negara antara Indonesia dan Suriname yang terdiri dari berbagai macam suku etnis dan Budaya yang semuanya mampu hidup damai tanpa mempersoalkan keberagaman budaya yang ada, sehingga akhirnya keberagaman tersebut menjadi sebuah identitas bangsa yang mampu memperkuat konsep nasionalisme dalam diri tiap warga negara dalam sebuah bangsa.

Dogla sebagai karya seni akhirnya mampu menjadi simbol yang paling utama dalam pembukaan Indofair di Suriname tahun 2018, walaupun Indofair sangat identik dengan budaya Jawa Suriname akan tetapi dalam perhelatan tersebut seakan-akan tidak ada sekat antar etnis maupun suku yang ada di warga Suriname maupun Indonesia itu sendiri.



Gambar 12. Karya kolaborasi seni instalasi "Dogla"

PENUTUP

Hubungan Indonesia dan Suriname dalam bidang budaya adalah sebuah upaya untuk menjalin kerjasama dalam bidang yang lainnya seperti ekonomi, budaya, masyarakat, ataupun dalam hubungan kerjasama bilateral, dan karya seni rupa instalasi juga menjadi bagian itu.

Kesenian selalu menjadi garda yang terdepan untuk menjadi sarana media kebudayaan mempromosikan nilai-nilai budaya sebuah bangsa Indonesia seperti yang terlihat pada program kesenian yang selama 3 bulan hingga proses pendampingan pembuatan karya seni yang ada di Suriname sampai akhirnya menjadi inisiasi

membuat sebuah karya seni secara kolaboratif dalam bentuk karya seni instalasi, dari situ bisa terlihat bahwa inisiatif membuat karya seni kolaborasi menjadi salah satu capaian dari kreatifitas para peserta yang berasal dari Suriname, bahwa ada nilai yang luhur sebagai identitas harus diperhatikan oleh pemerintah Indonesia maupun Suriname dalam aspek kebudayaan dalam media kesenian yang ternyata mampu menguatkan rasa solidaritas, kebersamaan, dan semangat pluralisme yang ada pada tiap bangsa walaupun berbeda negara.

Pengakuan/Acknowledgements

Terima kasih kepada Duta Besar RI Paramaribo Dominicus Supratikto dan PPSDK Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang membuat program mengajar kesnian dan Bahasa Indonesia di Suriname, dan juga para rekan pengajar kesenian yang juga bergerilya diberbagai pelosok tempat, sungguh semuanya sangat menginspirasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Clark, E. H. (2020). *Iron Gongs and Singing Birds: Paths of Migration and Acoustic Assemblages of Alterity in the Former Dutch Colonial Empire*. Columbia University.
- Ismael, Yusuf. (1955). *Indonesia Pada Pantai Lautan Atlantik: Tindjauan Tentang Kedudukan Ekonomi Dan Sosial Bangsa Indonesia Di Suriname*. Jakarta: Perpustakaan Perguruan Kementerian P.P. dan K.
- Locating Mecca. (2015). *Religious and Political Discord in the Javanese Community in PreIndependence Suriname* in: Aisha Khan (ed.), *Islam and the Americas*. Gainesville: University Press of Florida, pp. 69-91.
- Melissen, J. (2011). *Public diplomacy and soft power in East Asia*. Springer.
- Nye Jr, J. S. (2008). *Public diplomacy and soft power*. *The annals of the American academy of political and social science*, 616(1), 94-109.

- Suriname in the Long Twentieth Century: Domination, Contestation, Globalization. New York: Palgrave Macmillan, 2014 294 pp.
- Soesilowati, S. (2015). Diplomasi Soft Power Indonesia Melalui Atase Pendidikan dan Kebudayaan. *Global Strategis*, 9(2), 293-308.
- Wahyudi, T. (2020). Seniman Mengajar Sebagai Metode Program Pendampingan Psikobudaya Masyarakat. *ARTCHIVE: Indonesia Journal of Visual Art and Design*, 1(1), 59-71.
- Wahyudi, T. (2021). Hibriditas Kebudayaan Jawa Suriname Pada Alat Musik Gamelan. *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(2), 115-124.
- Wahyudi, T. (2021). Residensi Seni Rupa Dan Bahasa Indonesia Di Suriname. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Abdimas*, 7(4), 303-307.
- Wahyudi, T., & Anggraeni, P. (2022, December). Gastronomi Pada Identitas Masyarakat Diaspora Jawa di Suriname. In *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial (SNDS)* (Vol. 4, pp. 299-305).
- Weltak, M. (2021). *Surinamese Music in the Netherlands and Suriname*. Univ. Press of Mississippi
- Yani, Y. M., & Lusiana, E. (2018). Soft Power dan Soft Diplomacy. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 14(2), 48-65.

PROFIL SINGKAT



Tri Wahyudi dilahirkan di Surakarta pada 11 November 1986, menempuh pendidikan S1 pada Institut Seni Indonesia Surakarta pada tahun 2004, mulai tahun 2008 secara profesional menggelar pameran seni secara berkelompok dan tunggalnya yang dimulai di Srisasanti Galeri Yogyakarta pada tahun 2010 dengan tajuk "The Silent Show", dan berlanjut pada tahun 2012 menggelar pameran tunggal seni rupa yang di gelar di Bentara Budaya Yogyakarta dan Jakarta dengan tajuk "The Journey Before Bedtime", dan pada tahun 2013 menyelesaikan Studi S2 di Institut Seni Indonesia Yogyakarta dengan menggelar Pameran Tunggal di Jogja Gallery dengan tajuk "Ironi Dalam Memori Ruang Waktu"

Mulai dari tahun 2013 hingga 2022 selain aktif berkesenian juga pernah mengajar di beberapa perguruan tinggi seperti Universitas Ma Chung, Sarjanawiyata Tamansiswa, Politeknik Seni Yogyakarta, Universitas Sebelas Maret, dan sekarang mengajar Universitas Esa Unggul Jakarta pada program studi Desain Komunikasi Visual.

Selain menjadi pendidik, penulis juga menggunakan media kesenian sebagai media presentasi dalam menyampaikan ide kreatif dalam proses kegiatan pendampingan pendidikan, sosial dan budaya masyarakat yang ada di beberapa tempat seperti Kelas Inspirasi, Ruang Berbagi Ilmu Indonesia Mengajar, Seniman Mengajar 1 tahun 2017, hingga kemudian berlanjut pada tahun 2018 menjadi Duta Bahasa Negara untuk mengajar Bahasa Indonesia dan Seni Rupa di Suriname dalam program BIPA yang diinisiasi oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia Paramaribo, Direktorat Jenderal Kebudayaan dan Pusat Pengembangan Strategi dan Diplomasi Kebahasaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

PENERAPAN RAGAM HIAS JAWA BARAT PADA RESTORAN RIUNG SUNDA

Adelline Octa Viani¹, Atridia Wilastrina²
Universitas Trisakti, atridia@trisakti.ac.id

PENDAHULUAN

Pengertian Restoran

Restoran adalah tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk tamu, serta mempunyai fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan, dan dikelola secara professional untuk mendapatkan keuntungan. menurut Rumesko (2002:2).

Berdasarkan pengertian di atas, restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang secara komersil menyelenggarakan pelayanan dengan baik, berupa makanan dan minuman. Restoran biasanya juga menyajikan keunikan tersendiri sebagai daya tariknya, baik melalui menu masakan, hiburan maupun tampilan fisik interior.

Restoran dengan menu makanan selera nusantara banyak ditemui di kota Jakarta, salah satu di antaranya adalah restoran dengan menu masakan Sunda yang berasal dari tradisi budaya Jawa Barat. Restoran Sunda di Jakarta dengan konsumen yang beragam, termasuk penduduk Jakarta, wisatawan nusantara dan mancanegara. Agar mudah dikenali oleh konsumen dan calon konsumennya, Restoran Riung Sunda ini memiliki karakteristik tertentu pada desainnya. Penelitian ini terbatas pada beberapa restoran Sunda untuk mengetahui bagaimana penerapan ragam hias dan warna tradisi Sunda pada interior Restoran Sunda di Jakarta.

PEMBAHASAN

Dalam perencanaan desain interior sebuah restoran pengenalan budaya lokal menjadi salah satu tempat yang representatif. Aspek Budaya Indonesia sebagai bangsa yang besar, secara geografis wilayahnya terdiri dari banyak pulau yang dihuni oleh beraneka

ragam etnis, agama, budaya, Bahasa daerah, hingga warna kulit. Budaya atau kebudayaan adalah sesuatu yang dihasilkan oleh kekuatan citra, rasa, dan karsa (budi, perasaan dan kehendak) manusia. Aspek budaya Indonesia meliputi benda- benda budaya (*asrtifact*), gerak gerak anggota badan (*kinesics*), adat-adat atau kebiasaan-kebiasaan yang berlaku dimasyarakat, kesenian. Lima warisan budaya Indonesia yang mendunia, diantara lain; Bambu, Angklung, Seni Wayang, Batik, dan Gamelan.

Kebudayaan Sunda termasuk salah satu kebudayaan tertua di Nusantara. Budaya Sunda adalah budaya yang tumbuh dan hidup dalam masyarakat Sunda. Budaya Sunda dikenal dengan budaya yang menjunjung tinggi sopan santun. Umumnya karakter masyarakat Sunda adalah periang, ramah dan tamah. Budaya Sunda memiliki banyak kesenian, diantaranya: sisingaan, tarian khas Sunda, wayang golek, alat musik, kuda lumping. Selain kesenian kebudayaan Sunda juga berpengaruh pada bentuk bangunan arsitektur, ukiran, motif batik.

Menurut Francis. D.K desain interior merupakan tata cara mendesain, menata, dan merancang ruang-ruang dalam bangunan yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar akan sarana untuk bernaung dan berlindung, menentukan sekaligus mengatur aktivitas, memelihara aspirasi dan mengekspresikan ide, tindakan serta penampilan, perasaan dan kepribadian.

Adapun elemen-elemen desain interior meliputi :

1. Tata Ruang

Dalam penataan ruang interior terdapat hal-hal yang terkait, seperti:

- a. Dimensi atau ukuran yang erat kaitannya dengan interior karena akan mempengaruhi rancangan seperti apa yang akan dibuat. Aspek- aspek yang dipertimbangkan, yaitu: (1) Bentuk, meliputi bagaimana orientasi ruang dan karakteristiknya; (2) Dimensi, meliputi ukuran, sirkulasi, ruang gerak.

- b. *Material*, mempunyai peranan besar terhadap rancangan interior, karena mempengaruhi tampilan atau visual yang ada pada ruang. Hal yang meliputi setting material, yaitu : (1) Bahan, yang diaplikasikan pada elemen-elemen pembentuk, contoh : keramik, parket kayu, granit; (2) Tekstur, dengan pola atau alur yang dapat dirasakan oleh kulit, contoh : plester kasar dan dinding yang halus; (3) Warna, dapat memberikan tampilan visual yang secara tidak langsung sehingga dapat menggambarkan karakter pada ruangan.
- c. *Furniture* merupakan alat atau objek yang akan digunakan sebagai penopang kegiatan pada ruang. Peletakkan furniture disesuaikan dengan luas dan sirkulasi ruang. Ukuran dibuat dengan standar kenyamanan pengguna, bentuknya variasi. Furniture mempunyai dua jenis, yaitu (1) Furniture utama, digunakan sebagai penopang kegiatan, seperti meja makan, kursi makan, sofa, meja kasir; (2) Furniture tambahan, sebagai pelengkap dari furniture utama, seperti rak buku, rak hiasan, rak dinding.
- d. *Art Work*, komponen ini bersifat dekoratif atau pemanis ruang, seperti adanya tanaman hias, lukisan, patung.

2. Lantai

Lantai adalah salah satu elemen terpenting dalam sebuah interior. Lantai merupakan bidang bawah bagi interior sebuah ruang yang secara horizontal. Lantai pada umumnya terdiri dari beberapa sub-lantai sebagai pendukung dan penutup lantai yang memberikan permukaan untuk kenyamanan sirkulasi pengguna ruang. Pada bangunan modern, lantai dapat diterapkan berbagai macam, mulai dari penggunaan berbagai material, pengaplikasian perbedaan ketinggian lantai, dan pengaplikasian esensi- esensi bentuk.

3. Dinding

Dinding adalah elemen arsitektur yang penting untuk setiap bangunan. Dinding merupakan struktur vertikal yang berbentuk padat untuk membatasi dan melindungi suatu area. Pada

umumnya dinding didesain untuk menggambarkan bentuk sebuah bangunan, memisahkan ruang atau area, mendukung superstruktur, melindungi atau menggambarkan ruang di udara terbuka. Ada tiga jenis utama dinding, yaitu bangunan tembok, dinding pembatas atau partisi dan dinding penahan.

4. Plafon

Plafon menjadi elemen yang menjadi naungan dalam desain interior yang menyediakan perlindungan fisik maupun psikologis untuk semua yang ada dibawahnya. Plafon meliputi batas atas sebuah ruangan. Plafon diklasifikasikan menurut tampilan dan konstruksinya. *Drop ceiling* adalah plafon yang permukaannya diletakkan beberapa sentimeter dibawah struktur di atasnya. Plafon model seperti ini dibuat bertujuan untuk mengkhususkan area dan dari segi estetika. Desain plafon dapat berbentuk cekung, dan juga barel melengkung.

5. Elemen Estetis

Dalam mendesain ruangan harus mengandung elemen estetis yang mengacu pada prinsip desain seperti proporsi, skala pada ruang, keseimbangan, dan kesatuan dalam ruang. Jika memungkinkan suatu ruang harus diberi benda seni yang bernilai estetis yang dapat memperindah ruangan.

6. Elemen Penghawaan

Kenyamanan pada restoran dapat dicapai apabila temperatur pada ruangan rata-rata 23°C. Pencapaian kenyamanan pada restoran ini tergantung dari banyaknya bukaan jendela jika terdapat jendela, kondisi ruang, jumlah manusia, dan dimensi pada ruang. Penghawaan dapat dicapai dengan banyaknya bukaan jendela atau menggunakan penghawaan seperti AC dan *Fan*.

7. Elemen Pencahayaan

Pencahayaan dapat mempengaruhi karakter pada ruang. Ambience ruang akan terbentuk jika pengaplikasian pencahayaan dibuat dengan benar. Intensitas pada ruang

memerlukan pencahayaan yang cukup. Intensitas ditentukan pada jenis kegiatan yang ada pada ruang tersebut untuk kenyamanan penggunaannya : ambient, pencahayaan sekitar mengatur suasana hati dan perasaan yang tepat untuk tempat itu. Anda dapat menggunakan warna dan suhu pencahayaan yang berbeda untuk mencapai suasana seperti itu. Misalnya, banyak restoran yang menggunakan nuansa merah, lebih hangat, lampu redup, dan lampu gantung mewah untuk menciptakan suasana akrab; Aksentasi, desain pencahayaan tidak hanya untuk menerangi tempat tetapi juga dapat berfungsi untuk menonjolkan bagian tertentu juga disebut pencahayaan aksentasi.

Elemen cahaya pada ruang memerlukan pencahayaan yang cukup intensitasnya, jika bagian yang terang disebagian tempat maka adanya opsi pengontrol untuk meredupkannya juga. *Ambience* ruang akan terbentuk dengan adanya pengaplikasian pencahayaan yang baik. Pada pencahayaan fungsional, yang diperlukan penerangannya saja seperti *downlight*, sedangkan pencahayaan *ambience* digunakan untuk menciptakan suasana tertentu, seperti *hidden lamp*, *spotlight*, *chandelier*.

8. Sistem Pelayanan

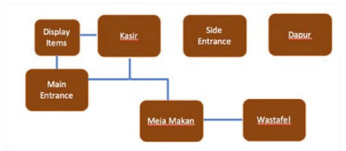
Sistem Pelayanan yang digunakan pada Restoran Riung Sunda adalah *Counter-Service*. Sistem pelayanannya, yang dimana tamu akan memesan pesanan pada counter kemudian pelayan akan mencatat apa saja yang dipesan oleh tamu, dan pelayan akan menyediakan pesanan tersebut.

9. Standar Ergonomi

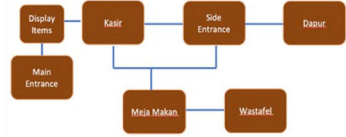
Jenis ukuran meja yang digunakan pada Restoran Riung Sunda ini berdasar Dimensi manusia dalam ruang interior.

SIRKULASI

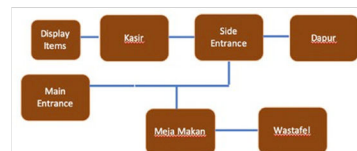
Sirkulasi Pada Pengunjung



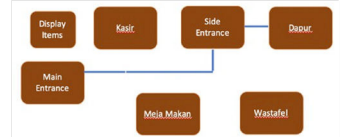
Sirkulasi Pada Pelayan



Sirkulasi Pada Manager

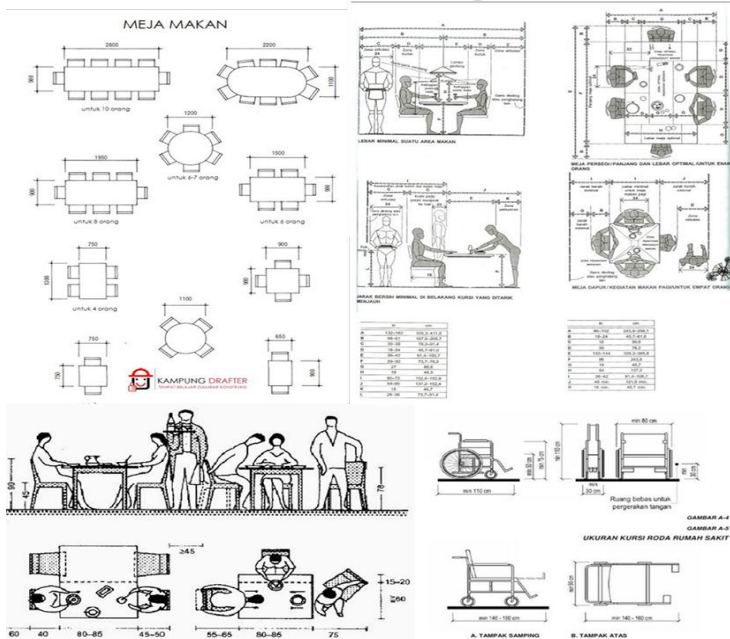


Sirkulasi Pada Bahan Baku



Bagan 2. Sirkulasi pada Restoran Saung Kuring

Sirkulasi dan Ergonomi



Gambar 1. Jarak Sirkulasi dan Ergonomi pada Restoran

Konsep Perencanaan Ruang Restoran Riung Sunda

Permasalahan dalam mendesain restoran Riung Sunda adalah bagaimana menerapkan budaya lokal Jawa Barat dalam ruang untuk menarik konsumen dengan menggunakan material interior dengan memperhatikan fungsional dengan sirkulasi, ergonomik dan estetika didalamnya sehingga pengguna merasa aman dan nyaman. Dengan latar belakang guna pembangunan yang berkelanjutan dengan memperlayak pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi pada Restoran, dengan mengusung lokal kontent Jawa Barat dan memberikan desain yang menarik untuk pengunjung restoran, sehingga mendapatkan *feed back* yang bagus untuk kelancaran ekonomi berdasarkan *Sustainable Development Goals* no 8 Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi.



Guna pembangunan yang berkelanjutan dengan memperlayak pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi pada Restoran.

Gambar 2. *Sustainable Development Goals*

Penerapan Lokal Budaya Sunda pada Desain Interior

Penerapan ragam hias tradisional sebagai salah satu unsur interior sering kali mengalami perubahan dan pengembangan baik dari segi bentuk, motif, bahan, teknik pembuatan, warna yang berbeda dengan ragam hias aslinya. Dalam penelitian ini menerapkan ragam hias tradisional Rumah Sunda Julang Ngapak yang diterapkan pada sebuah fasilitas publik yaitu restoran. Pada perencanaan Resoran Riung Sunda ini mengambil lokal budaya dari Jawa barat dengan tujuan sebagai tempat yang representatif dalam mengenalkan budaya Sunda di dalam desain interiornya secara fungsional dan estetika.

Tema yang digunakan pada Restoran Riung Sunda adalah *“Modern Rustic Of Javanese”* yang diambil berdasarkan tema awal Restoran Riung Sunda, yang mengutamakan konsep yang berasal dari Jawa Barat (Sunda). Citra yang ditampilkan pada restoran adalah cozy dan natural dengan menampilkan unsur pedesaan yang ada pada daerah Jawa Barat, memberikan kesan yang teduh serta kesejukan dari tampilan khas bambu, serta memberikan tampilan estetik pada ruangan.

Struktur organisasi ruang di Restoran Riung Sunda terdiri atas 4 zona. Pengelompokan berdasarkan aktifitas dan fasilitas dari perilaku pengguna, yaitu

1. *Publik area*, yaitu *area main entrance* dan *area tunggu*.
2. *Semi Private area*, yaitu *area kasir*, *area makan*, *buffet snack*, dan *area cuci tangan*.
3. *Private area*, yaitu *area staf*, *kasir* dan *area manager*.
4. *Service area*, yaitu *side entrance*, *dapur*, tempat penyimpanan bahan baku, *counter* makanan



Bagan 1. Struktur Organisasi Ruang Restoran Saung Kuring

Penerapan Desain dengan Konsep Lokal Konten Jawa Barat

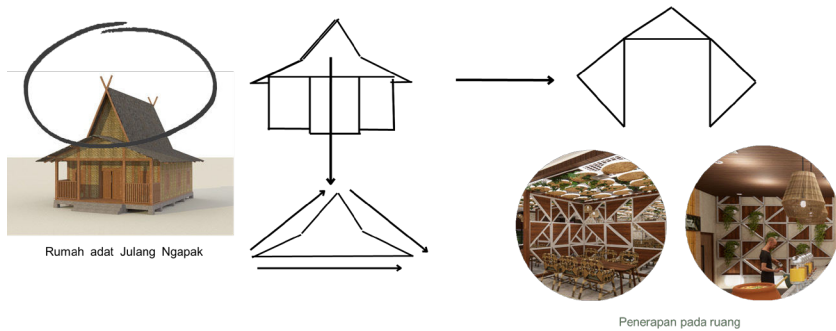
Asal kata „Sund“ atau „Sudsa“ berasal dari bahasa Sansekerta yang berarti terang, bersinar, putih, dan berkilau yang artinya bersih, murni, suci, tak ternoda, tak tercela. Suku Sunda adalah

kelompok etnis masyarakat yang mendiami pulau di Jawa Barat atau Tatar Pasundan. Orang Sunda mengartikan asal kata ini sebagai pengalaman sifat sehari-hari dalam etos atau karakter yang disebut „Kasundaan“. Karakter ini dijadikan pedoman menuju keutamaan hidup.

Salah satu budaya Sunda yang diambil adalah rumah adat Jawa barat yang dikenal dengan Rumah adat 'Julang Ngapak' yang merupakan rumah adat dengan memiliki atap berbentuk V yang maknanya seperti burung yang sedang mengepakkan sayap. Rumah ini mempunyai filosofi bahwa manusia harus menempatkan dirinya diantara atas dan bawah yaitu Tuhan dan Bumi dengan ciri khasnya rumah panggung. Sedangkan motif estetika yang diambil sebagai ornamen hiasnya adalah motif Mega Mendung, batik ini berasal dari Cirebon mempunyai bentuk awan yang dalam paham Taoisme ialah dunia atas. Bentuk awan merupakan gambaran dunia luas, bebas dan mempunyai makna Ketuhanan. Warna merah dipadu dengan warna biru menggambarkan maskulinitas dan suasana dinamis.

Konsep Bentuk

Pada perancangan ini diambil dari uraian bentuk lokal konten pada rumah daerah Sunda bentuk geometris yang diambil berasal dari Atap rumah Julang Ngapak yang disederhanakan dan dibuat terukur sehingga terbentuk segitiga, dan tiang-tiang pada rangka bangunan berbentuk segi empat sehingga berbentuk persegi. Konsep ini akan diaplikasikan pada pola lantai, dinding, dan *ceiling*. Konsep bentuk juga diterapkan sesuai dengan tema, citra, gaya pada konsep perencanaan interior Restoran Riung Sunda di Jakarta.



Gambar 3. Konsep Bentuk Geometris pada Desain

Konsep Warna

Warna yang digunakan mengambil dari kekayaan alam Jawa Barat dengan julukan kota parahiyanan atau Priangan yang memiliki makna sebagai warga kahyangan atau tempat para dewa. Makna tersebut mendeskripsikan akan keelokan sosok alam Tatar Sunda yang subur dan makmur sebagai simbol dari Priangan. Priangan mencakup beberapa Sunda di Jawa Barat ; Cianjur, Sukabumi, Bandung, Sumedang, Garut, Tasikmalaya, dan Ciamis.

Priangan merupakan dataran tinggi yang terdapat bukit-bukit dengan udara yang sejuk menjadikan daerah priangan terkenal dengan perkebunan teh dan karetnya.

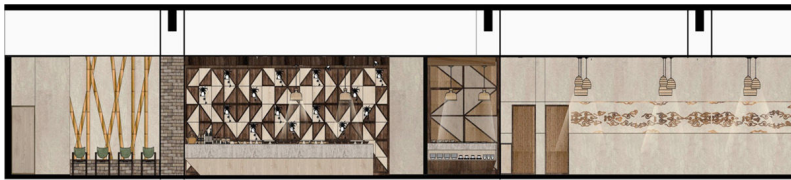


Gambar 4. Konsep Warna Terinspirasi Kebun Teh

Konsep dinding

Dengan tema *“Modern Rustic Of Sundanese”* penerapan pada dinding menggunakan bambu, batu bata, batu alam, dan rotan

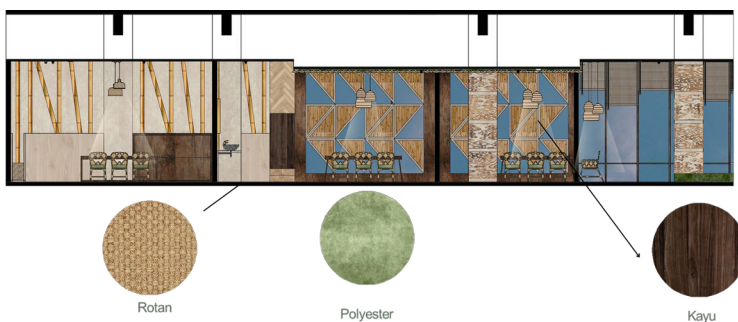
dipadu dengan *local content* dari Jawa Barat batik Megamendung, yang akan membuat ruang menjadi lebih hangat, alami dan memiliki nilai estetika tetapi tetap mudah perawatannya.



Gambar 5. Penerapan Elemen Material pada Dinding

Konsep Furniture

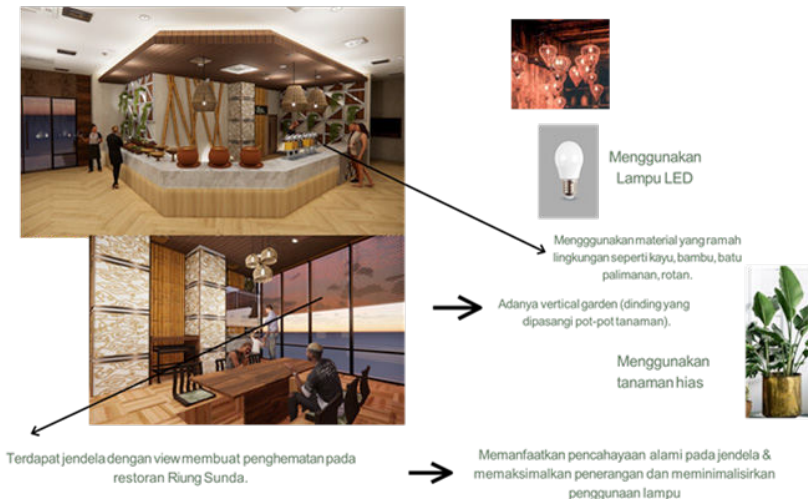
Restoran Riung Sunda menggunakan gaya etnik modern. Material furniture yang digunakan adalah kayu & rotan sesuai dengan tema, citra, gaya. Furniture pada restoran ini memiliki karakteristik unsur kebudayaan dan fungsional. Pada desain disini sebagian besar menggunakan material kayu & rotan dengan Komposisi 70% *material custom* (desain khusus) dan 30% *furniture massproduction* pada area kantor dan dapur.



Gambar 7. Konsep Furniture pada Restoran Saung Sunda

Konsep *Green Design* juga diterapkan pada desain restoran Riung Sunda dengan konsep desain yang ramah lingkungan serta

penggunaan energi dan sumber daya yang efektif dan efisien juga memiliki kualitas daya tahan yang tinggi. Konsep ini mendapatkan energi dari rancangan arsitektur dan interiornya.



Gambar 6. Konsep Green Design pada Restoran Saung Sunda

PENUTUP

Penerapan budaya lokal dengan mengangkat budaya Jawa barat pada interior Restoran Saung Kuring di Jakarta mempunyai fungsi selain estetika juga sebagai sarana untuk memperkenalkan kekayaan budaya di Indonesia khususnya daerah Sunda, Jawa barat. Penerapan motif dekoratif, warna dan material bambu dan kayu yang diaplikasikan pada ruang dapat menggambarkan kekayaan budaya Jawa Barat sehingga menghasilkan citra estetika tradisional yang memperlihatkan identitas bangsa dalam kemasan kekinian sesuai perkembangan jaman tanpa meninggalkan makna nilai yang terkandung di dalamnya. Kebudayaan dan tradisi bangsa harus terus dilestarikan salah satunya dengan menerapkan dan mengenalkan budaya Jawa Barat melalui sebuah proses desain pada restoran.

Pengakuan/Acknowledgements

Mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Trisakti yang telah memberikan support dalam penulisan artikel ilmiah antara mahasiswa dan dosen.

DAFTAR PUSTAKA

Francis D. K. Ching. Introduction to Architecture presents the essential texts and drawings.

Toekio, S. M. (1987). Mengenal Ragam Hias Indonesia. Jakarta: Angkasa

Rumesko (2002:2). The hotel is a building that provides rooms for guests' stay, food and drinks, as well as other professionally for the benefit.

Widagdo. (2005). Desain dan Kebudayaan. Institut Teknologi Bandung.

PROFIL SINGKAT



Adelline Octa Viani, Mahasiswi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Trisakti Angkatan 2017 kelahiran. Jakarta, 16 Oktober 1998 mengambil judul Tugas Akhir Desain Interior Restoran Riung Sunda di Jakarta Pusat.

Atridia Wilastrina, Dosen di Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia. Sekretaris Program Studi Desain Interior dengan latar belakang pendidikan terakhir S2 di Universitas Trisakti Jakarta, Indonesia.