

PRABANGKARA

JURNAL SENI RUPA DAN DESAIN

Konsep Patung Padas Batu Belah Di Lembang Klungkung I Made Jana, I Wayan Sujana, I Ketut Muka	1
Prinsip Ergonomi Pada Papan Nama Fakultas Seni Rupa Dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar I Nengah Sudika Negara	6
Kajian Semiotika Kartun Majalah Tempo Tahun 2019 I Wayan Nuriarta	11
Faktor Penggugah serta Variasi Karya Seni Rupa dan Desain di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli Provinsi Bali I Gusti Ngurah Ardana, I Wayan Adnyana, I Komang Sudirga, A.A. Gede Rai Remawa, I Wayan Mudra, I Made Radiawan, I Nengah Sudika Negara dan I Made Suparta	16
Struktur dan Makna Iklan Susu Formula di Media Televisi Alit Kumala Dewi, Artayasa I Nyoman	32



Penanggung Jawab

I Gede Arya Sugiarta

Redaktur

Ni Luh Desi In Diana Sari

Penyunting

A.A Gede Rai Remawa

I Ketut Muka

I Wayan Swandi

Sumbo Tinarbuko

Deny Tri Ardianto

Desain dan Layout

Agus Eka Aprianta

Sekretariat

I Gusti Ngurah Ardika

I Putu Agus Junianto

Putu Anita Kristina

Ni Putu Nuri Astini

Ni Putu Trisna Yusanti

Alamat Penyunting dan Tata Usaha

Pusat Penerbitan LP2MPP Institut Seni Indonesia Denpasar, Jalan Nusa Indah Denpasar 80235,

Telepon (0361) 227316, Fax (0361) 236100

E-mail: penerbitan@isi-dps.ac.id,

Web: jurnal.isi-dps.ac.id

Dicetak di Percetakan

Percetakan Swasta Nulus, Jl. Batanghari VI B/9

Telp. (0361) 7892788

NPWP : 083831230-901000

Jurnal Seni Rupa dan Desain Prabangkara merangkum berbagai topik kesenian, baik yang menyangkut konsepsi, gagasan, fenomena maupun kajian. Prabangkara memang diniatkan sebagai penyebar informasi seni rupa dan desain sebab itu dari jurnal ini kita memperoleh dan memetik banyak hal tentang rupa dan desain dan permasalahannya.

Penyunting menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media lain. Persyaratan seperti yang tercantum pada halaman belakang (Petunjuk untuk Penulis). Naskah yang masuk dievaluasi dan disunting untuk keseragaman format, istilah dan tata cara lainnya

Mengutip ringkasan dan pernyataan atau mencetak ulang gambar atau label dari jurnal ini harus mendapat izin langsung dari penulis. Produksi ulang dalam bentuk kumpulan cetakan ulang atau untuk kepentingan periklanan atau promosi atau publikasi ulang dalam bentuk apapun harus seizin salah satu penulis dan mendapat lisensi dari penerbit. Jurnal ini diedarkan sebagai tukaran untuk perguruan tinggi, lembaga penelitian dan perpustakaan di dalam dan luar negeri. Hanya iklan menyangkut sains dan produk yang berhubungan dengannya yang dapat dimuat pada jurnal ini.

Konsep Patung Padas Batu Belah Di Lembang Klungkung

I Made Jana¹, I Wayan Sujana², I Ketut Muka³

Program Studi Kriya Seni, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar

³*ketutmuka@isi-dps.ac.id*

Penelitian ini bertujuan mengetahui rancangan konsep patung padas batu belah lebih dalam. Permasalahan yang dirumuskan dalam permasalahan ini adalah ingin mengetahui rancangan konsep patung padas batu belah (PPBB) lebih dalam? Ingin mengetahui medium padas apa saja yang digunakan dalam mengimplementasikan konsep pola drawing?. Kemudian latar pemahat apakah mempengaruhi bentuk dan gaya patung padas?. Penelitian ini dijabarkan dengan interpretative kualitatif sebagai penelitian seni budaya dengan pendekatan seni murni. Pengumpulan data melalui observasi, implementasi, dan studi kepustakaan. Model analisis data disajikan secara formal dan informal. Hasil penelitian menunjukkan patung-patung padas batu belah merevitalisasi patung tradisional, imajinatif inovatif, bersifat personal, lepas dari tuntutan fungsinya sebagai benda magis, atau sebagai sarana upacara agama Hindu.

Kata kunci : konsep, pola drawing, patung padas

This study aims to find out the concept design of the statue of Padas Batu Belah into deeper description. The problem that was formulated in this problem was to find out more about the draft concept of the Padas Batu Belah Stone (PPBB). This study explored what mediums were used in implementing the concept of drawing patterns. Then the sculptor's background part gave the affect for the shape and style of the statue. Data collection was interpreted with qualitative interpretations as studies with a pure approach. Data collection was used observation, implementation, and literature. Data analysis models were presented formally and informally. The results showed sculptures that have revitalized traditionally, imaginatively, innovatively, personally, non-functional functions as magic, or various Hindu rituals.

Keywords : concept, drawing pattern, padas stone

Proses review : 1 - 20 Juni 2019, dinyatakan lolos 21 Juni 2019

PENDAHULUAN

Patung padas komunitas Batu Belah dihadirkan ke ruang publik melalui pameran-pameran. Dua tahun ini sudah tiga kali dipamerkan, di berbagai tempat yakni di Bentara Budaya Bali, galeri Sumardjo, dan di Jepang. 25 Mei 2019 mendatang rencananya akan di pameran di Art Bali Nusa Dua Bali. Selain bentuk dan ekspresi yang sangat khas, patung padas komunitas batubelah mengusung konsep dan perspektif yang unik. Digagas oleh Wayan Sujana Suklu, kemudian mengajak masyarakat disekitarnya terlibat dalam proses implementasi konsep patung padas.

Ratusan patung padas yang sudah di hasilkan oleh pematung di pajang di *Batu Belah Art Space* (BBAS). BBAS memfasilitasi berbagai aktivitas seni seperti: *art lab*, *workshop*, *art project*, *art support and promote*, *documenting*, *artist resident*, dan *art community* (pemberdayaan masyarakat). Sudah 10 tahun BBAS melakukan aktivitas seni secara intens, tepatnya 29 Desember 2019 silam. Datang ke BBAS, akan ditemukan karya-karya visual dengan berbagai medium diantara rindang pepohonan dan suara gemericik air dari sungai yang membelah pematang. Komunitas Lukis Kaca adalah salah satu kelompok seni yang diikuti anak-anak sekitaran Dusun Leping yang di payungi oleh BBAS selain komunitas patung padas. Pada tahun 2019 ini mendapat support dari dosen seni rupa murni Ibu Sri Supriyatini FSRD ISI Denpasar melalui ibah pengabdian masyarakat.

Di Bali patung batu padas di buat berdasarkan fungsi interior-ekterior tradisional, konsep dan bentuk sudah jelas mengacu pada kebutuhan bangunan-bangunan suci serta taman tradisional. Sejalan perkembangan pariwisata Bali, hotel-hotel dan villa-villa dalam mengembangkan sector bangunan serta ekterior-interior memanfaatkan patung padas serta reliefnya. Sebagian besar patung padas masih menggunakan konsep visual tradisional dan modifikasi. Patung padas dengan konsep visual yang khas, unik, personal sangat minim ditemukan hari-hari sekarang. Padahal awal abad ke-20 di Bali dapat di jumpai patung-patung serta relief batu padas yang sangat unik salah satunya relief menaiki sepeda di Pura Maduwe Karang Buleleng.

Konsep patung padas yang dihasilkan komunitas Batu Belah ini berdasarkan pola drawing yang dihasilkan Sujana Suklu. Pola drawing tersebut adalah hasil dari cara me-drawing dengan konsep mengkonstruksi bawah sadar. pola drawing yang dihasilkan berupa garis-garis intuitif cenderung berbentuk alam dihadirkan imajinatif. Bentuk pola iajinatif inilah disodorkan pada pematung untuk dijadikan pemantik dalam membuat patung padas. Apa yang dikatakan

Sunarto bahwa konsep elaborasi konseptual terhadap rancangan artistic yang terwujud dalam model (Sunarto, 2013 : 87). Konsep pada patung padas komunitas Batu Belah merupakan elaborasi drawing yang dibuat oleh Sujana Suklu (*fine art artist*) kemudian di interpretasi oleh pematung. Sinergi antara seniman akademis (konseptual) dengan pematung otodidak (praktisi), maka terjadilah proses observasi partisipatoris dalam melahirkan konsep patung padas.

Project seni dengan konsep partisipatori ini menemukan berbagai kisah dalam implementasinya, karena selain konsep yang elaborative menggunakan medium padas yang unik. Pematung yang mengerjakan datang dari berbagai latar belakang yang berbeda antara lain: pematung tradisional, pelukis yang mencoba mematung, dan masyarakat desa yang tak pernah mematung. Dari awal dapat dipaparkan keunikan latar *project* ini antara lain: konsep, medium, dan pemahat.

Project eksperimental ini sangat menantang untuk diamati, sebagai upaya menjawab kelesuan dan minimnya patung padas yang khas dan unik. mengimbangi kehadiran teknologi cetak patung yang menggunakan *gips (plaster of Paris)* yang berdampak menghilangnya inovasi penciptaan patung itu sendiri. I Wayan Sujana (lebih akrab dipanggil Suklu), lahir di Klungkung 6 Februari 1967 sangat membantu dalam meliterasi praktek implementasi patung padas batu belah ini. Pengalamannya berkesenian lebih kurang tiga puluh tahun, sebagai dosen yang aktif menuliskan penciptaannya membantu dalam penulisan ini. Pengalaman-pengalaman selama proses perwujudan konsep pola drawing dengan pemahat (partisipatoris) selama lima tahun melahirkan rekomendasi teori penciptaan. Masing-masing latar pemahat memiliki cara atau perspektif yang berbeda-beda dalam menginterpretasi pola drawing yang dipilih sebagai pemantik. Penelitian ini ingin mengetahui rancangan konsep patung padas batu belah (PPBB) lebih dalam. Ingin mengetahui medium padas apa saja yang digunakan dalam mengimplentasikan konsep pola drawing. Kemudian latar pemahat apakah mempengaruhi bentuk dan gaya patung padas. Ketiga hal ini menjadi perhatian dalam penulisan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan interpretatif kualitatif dan dirancang sebagai penelitian seni budaya dengan pendekatan seni murni. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan instrumen utamanya adalah peneliti sendiri dilengkapi dengan pedoman wawancara. Model analisis data yang digunakan ada-

lah model analisis interaktif (Miles dan Huberman dalam Sutopo, 1996: 85). Pengumpulan data dilakukan reduksi dan sajian data. Selanjutnya penyusunan sajian data secara sistematis.

PEMBAHASAN

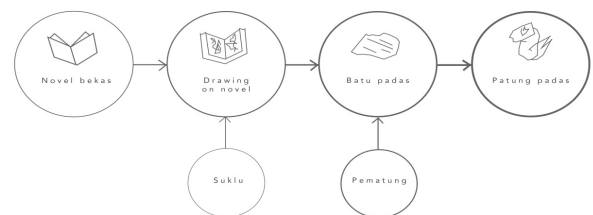
Hasil penelusuran menunjukkan konsep patung padas batu belah adalah perjalanan yang cukup panjang, di dalamnya merupakan pemikiran-pemikiran Sujana Suklu dalam konteks sosiol patung batu padas tradisional. Dia melakukan eksperimental eksploratif pola bentuk bawah sadar dengan intensitas yang tinggi. Setiap hari mengasikkan pola drawing 200 buah pada setiap lembar novel bekas. Ribuan pola drawing inilah yang dipilih oleh pemahat dijadikan pola konsep visual.

Perwujudan bentuk patung tersebut mengacu pada pola *drawing on novel*, dilalui proses evaluasi untuk pencapaian kualitas yang baik. Melalui tahapan-tahapan metodik karya-karya seni patung siap pada tahap penyajian, mempublikasikan ke publik dan masyarakat seni. Masyarakat dan medan sosial seni menjadi apresiasi menguji kualitas konsep patung padas secara langsung. Sujana Suklu berujar: keberadaan seni di era globalisasi pada saat ini khususnya, seni patung menjadi kebanggaan dan diplomasi bangsa di mata dunia internasional. Secara tradisional seni patung ini, mampu memberikan makna estetik dan falsafah kearifan lokal yang berguna dalam pendidikan anak bangsa. Dengan terjaganya nilai-nilai falsafah lokal (nilai-nilai kebhinekaan, tradisi, dan kebangsaan) tersebut diharapkan dapat mengantisipasi nilai-nilai negatif dari luar. Pemahat secara langsung dapat merasakan dan menemukan keyakinannya sebagai pemahat yang memiliki jati diri.

Di pendahuluan sudah disinggung metoda serta alur terciptanya konsep patung padas batu belah melalui elaborasi seniman *fine art* (Sujana Suklu) dengan pemahat (pelukis memahat, pemahat tradisional, dan masyarakat yang belum pernah memahat). Implementasi dan penerapan konsep patung padas diterapkan melalui partisipatori dengan metode PRA pada penciptaan seni. Metode penelitian ini adalah metode penciptaan seni partisipatori yang mana pengembangan konsep berkesenian inovatif dan mengakar pada hasil penelitian. *Participatory Rural Appraisal* (PRA) adalah pendekatan atau metode yang memungkinkan masyarakat untuk saling berbagi, meningkatkan dan menganalisis pengetahuan mereka tentang kondisi dan kehidupan desa dalam membuat rencana dan tindakan nyata (Chambers, 1996). Rochdyanto mengatakan beberapa prinsip dasar yang harus dipenuhi dalam metode PRA an-

tara lain saling belajar dan berbagi pengalaman, keterlibatan semua anggota kelompok dan informasi, orang luar sebagai fasilitator, konsep triangulasi, serta optimalisasi hasil, orientasi praktis dan keberlanjutan program (Rochdyanto, 2000). Hal tersebut untuk menghasilkan rancangan program yang lebih sesuai dengan hasrat dan keadaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat telah berhasil yaitu pengembangan kemampuan dalam mengkaji keadaan mereka sendiri, selanjutnya melakukan perencanaan dan tindakan. Selain itu melalui pendekatan ini, tercapai kesesuaian dan ketepatangunaan program dengan kebutuhan masyarakat sehingga berkelanjutan (*sustainability*) program dapat terjamin.

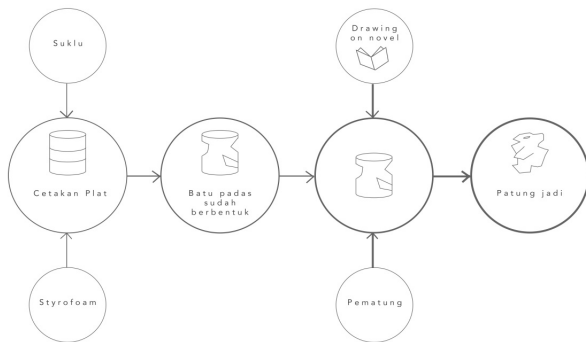
Lima tahun Sujana Suklu menggali kemungkinan-kemungkinan patung inovatif, menjadi landasan terapan seni patung. Sekarang sudah tahun ke dua terapan patung padas dengan metode modeling dengan ukuran zise besar. Tahun pertama sudah berhasil menerapkan pola drawing dengan size kecil-kecil berjumlah 165 buah. Tahun pertama dan tahun ke dua memiliki konsep yang sama berdasarkan pola drawing, dan konsep yang berbeda bahan padasnya. Di bawah ini skema penciptaan konsep patung padas tersebut.



Gambar 1. Skema proses konsep penciptaan patung padas tahun pertama

Patung padas yang dihasilkan pada tahun pertama melalui tahapan-tahapan penemuan ide atau gagasan novel bekas. Novel yang sudah terbaca di manfaatkan Sujana Suklu sebagai media dalam mengungkapkan gagasan terkait bahasa visual bawah sadar. Novel bekas ratusan halaman tersebut dalam 30 menit sudah terpenuhi dengan pola-pola *drawing* dengan berbagai bentuk-bentuk tertentu. Pola *drawing* ini lalu dipilih pemahat melalui seleksi dan pengamatan, pada proses ini pemahat menentukan pilihan dipengaruhi oleh **pertama**: 1. Bentuk pola drawing; 2. Bentuk batu padas; 3. Konsep bentuk dalam pikiran pemahat. Setelah tahapan pertama pemahat mulai melakukan tahapan **kedua**: 1. Bentuk; 2. Alur narasi; 3. Komposisi. Tahapan **ketiga** pembentukan patung padas penyesuaian akhir yakni: 1. Pengamatan menyeluruh bakalan patung; 2. Penegasan bentuk dan motif; 3. Penyelesaian akhir menerapkan gimik, karakter tekstur yang diinginkan. Setiap tahapan dari aras awal sampai akhir ada

hal-hal dan kemungkinan-kemungkinan perubahan persesuaian antara pola, bahan, dan keinginan.



Gambar 2. Skema proses konsep penciptaan patung kedua.

Konsep penciptaan patung kedua didahului dengan mencetak serbuk batu padas dengan mencampurkan dengan semen dulu. Proses mencetak melalui eksperimen bentuk mokap *Styrofoam* disela-sela cetakan plat. Suklu sendiri mengontrol dan membentuk. Proses kedua pola *drawing* dipilih pemahat, kemungkinan menggunakan lebih dari satu pola *drawing* sesuai kebutuhan, pada proses ini pemahat menentukan pilihan dipengaruhi oleh: 1. Bentuk pola *drawing*; 2. Bentuk batu padas; 3. Konsep bentuk dalam pikiran pemahat. Kemudian tahapan ketiga: 1. Bentuk; 2. Alur narasi; 3. Komposisi. Tahapan akhir pembentukan patung padas penyesuaian akhir yakni: 1. Pengamatan menyeluruh bakal patung; 2. Penegasan bentuk dan motif; 3. Penyelesaian akhir menerapkan gimik, karakter tekstur yang diinginkan.

Patung padas batu belah merupakan mozaik ungkapan seni yang memadukan tradisi dan non tradisi. Berbagai unsur motif yang terekspresikan dalam penciptaan patung padas tersebut tumbuh dari akar seni yang terpendam di masa lampau (motif nusantara). Tentu saja hal ini memiliki hubungan antara seni tradisi dengan seni modern, merupakan suatu jalinan yang positif, bahwa seni rupa modern mengambil sejumlah elemen tradisional dan atau seni pra-sejarah. Selain *skill* yang sudah dimiliki, pemahat dengan sadar menggunakan motif-motif lama dalam ekspresi padasnya. Peminjaman ini menunjukkan kesadaran identitas sekaligus pelestarian kelokalan yang dimiliki.

Memperhatikan objek yang menjadi garapan karya seni dalam konteks berpikir tradisi dan modern, sejalan dengan pandangan Umar Kayam dalam Umar Kayam dan Jaring Semiotik (1998: 256), tradisi dan modern, bukanlah dua konsep yang berhadapan secara dikotomis, melainkan berkesinambungan dan

mengandung berbagai kemungkinan perpaduan unsur antara keduanya. Senada dengan hal tersebut Kusnadi mengatakan bahwa, ekspresi dalam karya-karya seni rupa baru ini mencerminkan kehalusan perasaan, kekayaan intuisi dan ide yang disalurkan melalui bentuk-bentuk kreativitas artistik yang lama maupun baru, sebagai nilai kemanusiaan yang berharga untuk dihayati (Kusnadi 1979: 141). Karya seni kontemporer Indonesia diwujudkan dalam berbagai tema, melalui pengolahan gaya, medium lama maupun baru.

Karya-karya seni patung padas batu belah, hubungannya dengan kreativitas didasari oleh konsep visual melalui pola *drawing on novel* dan keunikan dari material/bahan batupadas sebagai medium yang bentuknya tidak teratur, dikembangkan menjadi karya-karya seni (khususnya seni patung) memiliki originalitas dan nilai-nilai fungsi yang baru. Ciri-ciri yang kuat dari pendekatan ini, terlihat adanya keberanian dan kepekaan yang kuat dalam meresepsi dan menginterpretasi pola-pola atau bentuk goresan yang terdapat dalam novel kemudian ditransfer ke dalam material batu padas. Proses kreatif yang ditunjukkan oleh komunitas batu belah memberikan hawa segar bagi perkembangan seni patung dimasa mendatang, dengan penampilan yang sangat khas, unik, melakukan inovasi menonjolkan bentuk motif penggabungan dari motif tradisional Bali dengan motif yang ada di daerah lain di Nusantara.

Karya patung padas komunitas batu belah, menampilkan ekspresi bentuk lebih lugas dan naif, bakat-bakat ornamentiknya sangat kental memperlihatkan ciri khas Bali dan elaborasi motif-motif nusantara. Rupanya dalam proses partisipatori suklu mengawali dengan memberi pengetahuan terkait ornament dan patung-patung primitive nusantar, serta menunjukkan karya-karya pada pematung. Patung-patung tersebut seperti, pahatan dari Papua/Asmat, Sulawesi, Nias dan daerah lain di Indonesia. Gairah mencipta penuh kebebasan, tidak ada paksaan sehingga mampu menghasilkan karya seni patung bentuk yang khas. Patung-patung yang tercipta, terlihat/mengingat pada patung pada zaman batu, di Pasemah di Sumatra, yang memiliki bentuk dasar bongkahan batu, seluruh bidangnya dipahatkan tokoh prajurit menunggangi gajah. Pahatan berupa relief tanpa mengubah bentuk dasar bongkahan batu tersebut menghasilkan bentuk patung yang menyimpang dari kebenaran bentuk alami. Patung padas batu belah menunjukkan distorsi bentuk dan sikap mengikuti struktur batu dalam membangun narasi bentuk seni patung.

Patung-patung padas batu belah merevitalisasi patung tradisional, imajinatif inovatif, bersifat per-

sonal, lepas dari tuntutan fungsinya sebagai benda magis, atau sebagai sarana upacara agama Hindu di Bali.

Hasil yang tampak, dengan aura tradisi, merupakan hasil kreativitas untuk membangun vitalitas bentuk-bentuk ekspresi sebagai tuntutan seniman masa kini. Dengan cara seperti ini dapat dicapai, bahwa ia sangat akrab dengan tradisinya dan menyadari pula ada nilai-nilai dalam tradisi yang mampu memperkaya bahasa bentuk patung yang diciptakan. Berikut karya-karya patung padas batu belah, yang mengacu pada pola *drawing on novel*.

DAFTAR RUJUKAN

Kusnadi, dkk (1979) : *Sejarah Seni Rupa Indonesia*, Proyek Penelitian dan Pencatatan Kebudayaan Daerah DEPDIKBUD

Sunarto, Bambang. (2013) : *Epistemologi Penciptaan Seni*, IDEA Press Yogyakarta.

Salam, Aprinus (1998) : *Umar Kayam dan Jaringan Semiotik*, Pustaka Pelajar Yogyakarta.



Prinsip Ergonomi Pada Papan Nama Fakultas Seni Rupa Dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar

I Nengah Sudika Negara

Program Studi Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar

negarasudika@gmail.com

Papan nama sebuah perusahaan adalah merupakan suatu media informasi yang sangat penting karena dapat memberikan informasi pertama sebelum orang memasuki sebuah perusahaan sehingga letaknya selalu di depan. Papan nama juga berfungsi sebagai identitas diri perusahaan atau media promosi untuk menarik calon konsumen sehingga harus dibuat dengan perencanaan yang matang. Ukuran huruf yang digunakan hendaknya sesuai dengan rumus yang ada sehingga pembaca merasa nyaman dan tertarik untuk membaca. Besar kecilnya ukuran huruf tergantung pada jarak pembaca yang kita inginkan. Untuk menghitung tinggi huruf menggunakan sebuah rumus yaitu:

$$T \text{ (tinggi huruf untuk Huruf besar)} = \frac{\text{Jarak baca, dlm, m}}{200}$$

Dengan mengetahui tinggi huruf maka, ukuran-ukuran dari huruf yang lainnya dapat diketahui,

Lebar huruf: $\frac{2}{3}T_{cm}$. Tebal huruf: $\frac{1}{6}T_{cm}$, jarak antar huruf: $\frac{1}{5}T_{cm}$. Ukuran huruf pada tulisan

Fakultas Seni Rupa Dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar memiliki tinggi 40 cm, lebar 20 cm, dan ketebalan 6 cm. Jarak pandang terjauh antara papan nama dan pembaca adalah 18 meter. Dilihat dari rumus ukuran huruf yang tidak memenuhi syarat adalah huruf pada tulisan "Fakultas Seni Rupa Dan Desain", sehingga harus diperbaiki. Sesuai hasil penghitungan dengan rumus usaha perbaikan ukuran huruf diperoleh ukuran huruf terkecil yaitu, tinggi 90 cm, lebar 60 cm, dan tebal 15 cm. Pada yang papan nama Fakultas Seni Rupa dan Desain memiliki warna yang hampir sama antara warna objek huruf dan warna latar belakang, sehingga dari jarak pandang yang jauh sangat sulit dibaca. Ini disebabkan tidak adanya kontras warna antara keduanya. Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan, dengan memberi kontras warna antara warna huruf dan latar belakang.

Kata kunci: ergonomi, huruf, papan nama.

A company name board which located in front of the company was an important information media because it offers initial information before they enter the company. A company name board also functioned as company's identity or promotion media to invite customers candidate therefore it should design with proper planning. The letter size applied should full filled the pattern used to make the readers comfort and interested in reading it. In the matter of font size whether it is big or small, it depended on ideal readers' distance. The pattern used in accounting the letter's high was:

$$T \text{ (Letter high)} = \frac{\text{Read Distance (mm)}}{200}$$

By finding letter high, the other letter height will be detected. Letter wide: $\frac{2}{3}T$ cm. Letter thick: $\frac{1}{6}T$ cm, distance between letters: $\frac{1}{5}T_{cm}$. The size letters on name board of Faculty of Fine Art and Design, Indonesian Institute of the Arts Denpasar has 40 cm high, 20 cm wide and 6 cm thick. The longest readability between the name board and the reader is 18 m. The letters which not appropriate to the requirement was the letters on "Fakultas Seni Rupa dan Desain" therefore it should be revised. Based on the formula on pattern of letter's effort revision, the smallest letter obtained at 90 cm high, 60 cm wide, and 15 cm thick. The colour of "Fakultas Seni Rupa dan Desain" name board has the same colour between letters object and the background of name board which caused it difficult to be read from long distance. It was also influenced by the contrast colour between both

colour. The revision applied by giving contrast colour between letters and background,

Keywords: Ergonomy, Letter, Nameboard

Proses review : 1 - 20 Juni 2019, dinyatakan lolos 21 Juni 2019

PENDAHULUAN

Papan nama adalah salah satu media untuk mengetahui lokasi suatu tempat yang dibutuhkan oleh hampir semua instansi baik swasta maupun negeri. Papan nama berfungsi untuk identitas lembaga atau perusahaan. Papan nama menunjukkan prestise suatu lembaga. Makin bagus papan nama yang dimiliki lembaga, maka hal ini dapat menunjukkan prestise lembaga yang tinggi dan maju. Lembaga yang mengetahui fungsi papan nama, akan membuat papan namanya sesuai dengan jenis usahanya, pemilihan huruf yang baik dan pemilihan warna yang seindah mungkin sehingga papan namanya berfungsi maksimal dan gampang diingat oleh pembacanya. Untuk membuat papan nama yang baik dan dapat dengan nyaman dibaca, hendaknya memperhatikan prinsip-prinsip desain papan nama. Salah satunya adalah prinsip ergonomi, yang di dalamnya terdiri dari ergonomi huruf dan warna.

Kenyataan di lapangan, banyak desain papan nama yang hanya dibuat tanpa memperhatikan prinsip ergonomi dan hanya memperhatikan segi keindahan semata. Sehingga papan nama tersebut susah dibaca, tidak memberi kenyamanan bagi pembaca, pada akhirnya akan mengganggu keindahan yang ingin diwujudkan.

Oleh karena itu sebuah papan nama, mulai pada tahap perencanaannya perlu memperhatikan semua aspek sehingga media-media tersebut dapat diterima oleh semua kalangan dan dapat memberi kenyamanan. Dalam kesempatan ini penulis khusus membahas prinsip ergonomi papan nama Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar.

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Ergonomi

Ergonomi adalah ilmu, teknologi dan seni untuk mensesuaikan alat-alat, cara kerja dan lingkungan, pada kemampuan, kebolehan dan batasan manusia, sehingga diperoleh kondisi kerja dan lingkungan yang sehat, aman, nyaman dan efisien sehingga tercapai produktivitas yang setinggi-tingginya. Tujuan Ergonomi adalah dalam rangka memperoleh suatu cara, sikap, alat dan lingkungan kerja yang sehat/aman perlu berpijak kepada kemampuan, kebolehan dan keterbatasan manusia. Dengan tujuan yang

ideal adalah mengatur pekerjaan tersebut berada dalam batas-batas di mana manusia bisa mentolerirnya, tanpa menimbulkan kelainan-kelainan (Manuaba, 1998). Untuk mencapai tujuan yang diinginkan perlu adanya perhatian pada aspek-aspek: *task*, organisasi dan lingkungan, serta pengaruh-pengaruhnya yang ditimbulkan terhadap tubuh. Akibat pengaruh dari ketiga aspek tersebut, baik secara sendiri-sendiri atau bersamaan bukan tidak mungkin menimbulkan beban tambahan di luar beban dari pekerjaan yang sesungguhnya. Tujuan akhir dari ergonomi adalah meningkatkan produktivitas, keselamatan, kenyamanan dan kualitas hidup. Sedangkan Manuaba (1998^b), lebih terperinci mengatakan manfaat penerapan ergonomi antara lain adalah: pekerjaan lebih cepat selesai; resiko pekerjaan lebih kecil; resiko penyakit akibat kerja kecil; kelelahan berkurang; rasa sakit berkurang /tidak ada. Ergonomi diperlukan karena: adanya berbagai dampak pembangunan seperti: 1) adanya kecelakaan. 2) adanya penyakit akibat kerja, 3) adanya polusi, 4) adanya ketidakpuasan kerja, dan 5) banjir dan bencana lainnya.

Seperti telah diuraikan di atas bahwa ergonomi dapat memberikan kontribusi pada banyak hal dalam rangka mencapai tujuan yang positif, bukan tidak mungkin peranan ergonomi dapat berperan banyak dalam memberikan kenyamanan pada media komunikasi visual.

2.2 Ergonomi Huruf

Huruf ergonomis adalah huruf yang ukurannya sesuai dengan jarak baca sehingga dapat memberikan kenyamanan, tidak menimbulkan kelelahan mata bagi pembaca. Agar sebuah tulisan dapat dibaca dengan nyaman serta memperhatikan kemampuan mata orang yang akan membacanya maka, tulisan harus tersusun oleh huruf-huruf yang sesuai dengan rumus. Besar kecilnya ukuran huruf tergantung pada jarak pembaca yang kita inginkan. Untuk menghitung tinggi huruf, para ahli mendapatkan sebuah rumus:

T (tinggi huruf untuk Huruf besar) =

$\frac{\text{Jarak baca, dlm, } m}{200}$

200

Jika jarak baca yang kita inginkan dapat dibaca dari

jarak 6 meter, maka tinggi huruf $T = \frac{6000m}{200} = 30mm = 3\text{ cm}$

Dengan mengetahui tinggi huruf maka, ukuran dari huruf yang lainnya dapat diketahui, Lebar huruf:

$\frac{2}{3}Tcm$. Tebal huruf: $\frac{1}{6}Tcm$, jarak antar huruf:

$\frac{1}{5}Tcm$ (Nala, 1992).

2.3 Ergonomi Warna

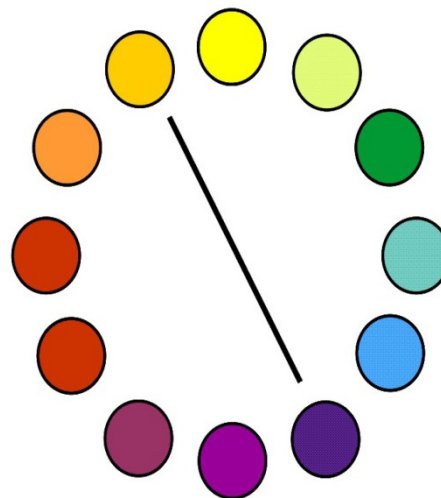
Menurut Sastrowinoto (1985), dalam Negara, I.N. 2009. *Evaluation Ergonomi Usage Letter at Process Teach in Elementery School X di Denpasar*. agar mata mudah terkesiap, obyek seyogyanya diwarnai dengan warna yang berkontras tinggi, warna menyala (merah-coklat dikontras dengan hijau daun). Sebaliknya kalau hendak membuat pandangan yang samar sebaiknya dipergunakan yang netral terhadap pelatarannya. Warna-warna yang berkontras tinggi baik dipakai untuk mewarnai bagian-bagian kecil tapi penting (pegangan, roda pengendali, tombol dan sejenisnya). Kontras yang paling besar diperoleh dengan warna kuning dan hitam, baik dalam kontras warna maupun kontras dalam kecerahannya mencapai maksimum. Dari sudut fisiologis kerja makin sedikit warna kontras makin baik, dan dibatasi sampai tiga warna atau paling banyak lima warna.

Tetapi bagi jandela toko, ruang penjualan dan pameran, di mana pengunjung harus ditarik perhatiannya terkadang perlu dikejutkan oleh warna yang dapat mengesiapkan mata.

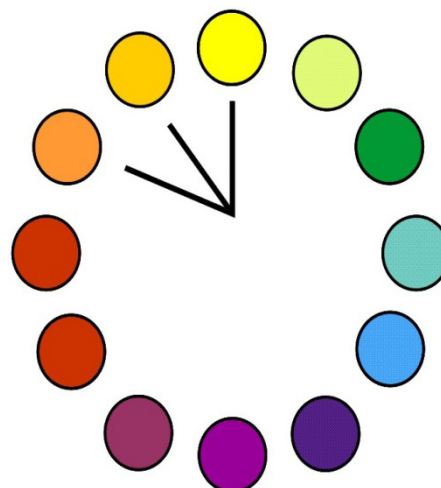
Untuk media informasi disarankan memilih warna-warna yang berdekatan atau yang tidak memiliki kekontrasan yang tinggi sehingga dapat memberi kenyamanan bagi pembaca apalagi pada media informasi yang dinikmati dalam jangka waktu yang lama yang membutuhkan konsentrasi mata agak lama. Dengan kurang pengetahuan tentang warna, maka akan terjadi ketidaklestarian fungsi mata yang berakibat pada antara lain kelelahan dan kecelakaan. Stress terhadap alat penglihatan dapat berakibat kelelahan visual dan persyarafan. Kelelahan visual timbul sebagai stress intensif pada fungsi-fungsi mata seperti terhadap otot-otot akomodasi pada pekerjaan yang perlu pengamatan secara teliti atau terhadap retina sebagai akibat dari ketidaktepatan warna.(www.akademica.education, landasan teori keselamatan dan kesehatan kerja)

Menurut Sutajaya 2008, sebuah display tercetak disarankan menggunakan huruf dengan warna gelap dan menggunakan latar warna terang. Sebaliknya jika ditampilkan pada layar monitor LCD atau OHP menggunakan warna huruf terang dan latar belakang gelap.

Kontras warna secara sederhana diartikan, paduan 2 warna yang salah satunya memiliki intensitas tinggi dan satunya lagi memiliki intensitas warna rendah. Secara ergonomi kontras warna diterapkan pada media /display yang sangat dipentingkan seperti tombol-tombol kecil pada kendaraan, pesawat terbang, remote control, tanda bahaya, tanda peringatan, dan lain-lain.



Gambar 1. Lingkaran Warna(tanda garis lurus menunjukkan warna kontras)



Gambar 2. Garis “W” menunjukkan warna berdekatan/ analog

MATERI DAN METODE

Materi

Subjek pembahasan adalah prinsip ergonomi pada papan nama Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar

Metode

Metode yang dipakai adalah metode kualitatif deskripsi dengan perolehan data melalui metode observasi yang dikaji dengan metode kepustakaan yaitu pengujian melalui teori ergonomi huruf dan ergonomi warna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ukuran Huruf pada Papan Nama Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar

Huruf yang terdapat pada Papan Nama Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar adalah huruf jenis serif yaitu huruf berkaki yang terbuat dari logam dengan memiliki ukuran tinggi huruf 40 cm, lebar huruf 20 cm dan tebal huruf 6 cm.

Agar sebuah tulisan dapat dibaca dengan enak dan nyaman serta memperhatikan kemampuan mata orang yang akan membacanya maka, tulisan harus disusun dengan huruf-huruf yang sesuai dengan rumus. Besar kecilnya ukuran huruf tergantung pada jarak pembaca yang kita inginkan. Menurut Nala, 1992, untuk menghitung tinggi huruf, menggunakan sebuah rumus:

T (tinggi huruf untuk Huruf besar) =

$$\frac{\text{Jarakbaca, dlm, m}}{200}$$

Jika jarak baca yang kita inginkan dapat dibaca dari jarak 18 meter, maka tinggi huruf

$$T = \frac{180000}{200} = 900\text{mm} = 90 \text{ cm}$$

Dengan mengetahui tinggi huruf maka, ukuran-ukuran dari huruf yang lainnya dapat diketahui, Lebar

huruf: $\frac{2}{3}T\text{cm}$. Tebal huruf: $\frac{1}{6}T\text{cm}$, jarak antar

huruf: $\frac{1}{5}T\text{cm}$ (Nala, 1992).

Usaha perbaikan ukuran huruf pada papan nama Fakultas Seni rupa Dan Desain, sesuai dengan hasil observasi di lapangan yaitu, jarak pandang terjauh pembaca adalah 14 meter, sehingga dapat dihitung

dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = \frac{180000\text{m}}{200} = 900 \text{ mm} = 90 \text{ cm}$$

$$\text{Lebar} = \frac{2}{3} \times 90 \text{ cm} = 60 \text{ cm}$$

$$\text{Tebal} = \frac{1}{6} \times 90 \text{ cm} = 15 \text{ cm}$$

Ukuran huruf terkecil yang harus ada pada papan nama Fakultas Seni Rupa dan Desain adalah, tinggi 90 cm, lebar 60 cm, dan tebal 15 cm. Jadi yang tidak memenuhi syarat adalah huruf pada tulisan "fakultas seni rupa dan desain", sehingga harus diperbaiki sesuai dengan hasil penghitungan dengan rumus.



Gambar 3. Papan nama FSRD ISI Denpasar dilihat dari jarak tertentu

Warna yang terdapat pada Papan Nama Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar adalah, terdiri dari warna dasar abu-abu yang terbuat dari material batu padas atau warna batu padas asli. Warna huruf pada tulisan adalah abu-abu/silver sesuai dengan warna bahan dasarnya yang terbuat dari logam aluminium. Pada yang papan nama Fakultas Seni Rupa dan Desain memiliki warna yang hampir sama antara warna objek huruf dan warna latar belakang, sehingga dari jarak pandang yang jauh sangat sulit dibaca. Ini disebabkan tidak adanya kontras warna antara keduanya. Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan, dengan memberi kontras warna antara warna huruf dan latar belakang.



Gambar 4. Warna yang terdapat pada papan nama FSRD ISI Denpasar

SIMPULAN

Bertolak dari hasil dan pembahasan di atas dapat dibuat simpulan sebagai berikut.

1. Ditinjau dari aspek ergonomi ukuran huruf pada papan nama Fakultas Seni rupa Dan Desain belum menerapkan aspek-aspek ergonomi yang ada yaitu dengan ukuran tinggi huruf 40 cm, lebar huruf 20 cm dan tebal huruf 6 cm.
2. Upaya perbaikan ukuran huruf pada papan nama Fakultas Seni rupa Dan Desain disesuaikan dengan aspek ergonomi, adalah ukuran huruf terkecil yang harus dibuat dengan tinggi 90 cm, lebar 60 cm, dan tebal 15 cm, sesuai dengan jarak pandang terjauh adalah 18 meter.

SARAN

Saran yang yang tampaknya penting disampaikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Perlu diinformasikan kepada pemilik lembaga tentang pentingnya aspek ergonomi pada papan nama sehingga memberikan kenyamanan pada pembacanya.
2. Redesain papan nama hendaknya selalu berpedoman pada aspek ergonomi sehingga pembaca selalu merasa nyaman.

DAFTAR RUJUKAN

Manuaba, A. 1998^b. Peranan ergonomi dalam mencegah kecelakaan pesawat terbang. *Disampaikan dalam Simposium Kesehatan Penerbangan di Fakultas Kedokteran Universitas Udayana, 12 Desember 1998*. Denpasar

Nala, N, 1992, *Penerapan Teknologi Tepat Guna di Pedesaan*, MPH, Pusat Pengabdian pada Masyarakat Universitas Udayana , Denpasar.

Negara, I.N. 2009. Evaluation Ergonomi Usage Letter at Process Teach in Elementery School X di Denpasar. *Makalah* disampaikan pada International Symposium Seminar & Workshop Indonesia Physiological Society, 14 – 15 Nopember 2009. IPB International Conventional Center.

Sutajaya, I. M. 2008. Manajemen Pengelolaan Kelas, *Makalah* disampaikan dalam seminar Gebyar Ergonomi, 24 September 2008, Universitas Udayana

www.akademica.education, landasan teori keselamatan dan kesehatan kerja (diunduh tanggal 23 februari 2019)

Kajian Semiotika Kartun Majalah Tempo Tahun 2019

I Wayan Nuriarta

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Seni Indonesia Denpasar

iwayannuriarta@gmail.com

Di Indonesia, tahun 2019 disebut juga sebagai tahun politik karena berlangsungnya pemilihan eksekutif dan legislatif secara bersamaan pada 17 April 2019. Memasuki awal tahun ini, berbagai peristiwa politik selalu menjadi pemberitaan utama media massa seperti Majalah Tempo. Selain berita, opini-opini yang dihadirkan majalah Tempo dikenal masyarakat sebagai opini yang kritis termasuk opininya menggunakan kartun. Kartun Majalah Tempo adalah kartun editorial yaitu sebuah karya visual yang hadir untuk memberikan opini atau kritik terhadap peristiwa sosial-politik. Sejalan dengan hal tersebut, tahun 2019 menjadi ladang yang ‘subur’ bagi kartun Majalah Tempo untuk menyampaikan opini tentang peristiwa politik dengan memanfaatkan teks visual dan teks verbal. Latar belakang tersebut menjadikan penelitian ini dilakukan dengan tujuan; (a) Untuk mendeskripsikan teks visual dan teks verbal kartun Majalah Tempo tahun 2019, (b) Untuk mendeskripsikan makna denotasi dan makna konotasi kartun Majalah Tempo tahun 2019. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan teks visual yang menghadirkan manusia dan teks verbal kartun yang menghadirkan tulisan-tulisan sebagai pendukung pesan yang disampaikan. Makna denotasinya adalah sebuah narasi figur-figur manusia yang menjadi tanda untuk merepresentasikan peristiwa, dan dengan makna konotasi sebagai sebuah kartun kritik terhadap persoalan yang perlu mendapatkan perhatian dan perbaikan.

Kata Kunci: Kartun Majalah Tempo, Tahun Politik, Makna Denotasi dan Makna Konotasi

In Indonesia, 2019 is also called a political year because of the ongoing executive and legislative elections on April 17, 2019. Entering the beginning of this year, various political events have always been the main news of mass media such as Tempo Magazine. In addition to news, the opinions are presented by Tempo magazine known by the public as critical opinions including their opinions using cartoons. Cartoon of Tempo Magazine is an editorial cartoon that is a visual work to provide opinions or criticisms of socio-political events. In line with this, 2019 has become a ‘well grown’ field for Tempo magazine’s cartoon to present opinions about political events by utilizing visual texts and verbal texts. These backgrounds make this research carried out with the aim of; (a) To describe the visual text and verbal text of Tempo magazine’s cartoon in 2019, (b) To describe the denotation meaning and the connotation meaning of Tempo magazine’s cartoon in 2019. This study uses a qualitative research design. The results of this study show visual texts that present human figures and verbal texts of the cartoon present some writing that support the message that would like to be presented. The denotation meaning of the cartoon is a narrative of human figures that as a sign to represent events, and with connotation meaning as a criticism cartoon of the problems that need attention and solution.

Keywords: Cartoon Tempo Magazine, Year of Politics, Denotation Meaning and Connotation Meaning

Proses review : 1 - 20 Juni 2019, dinyatakan lolos 21 Juni 2019

PENDAHULUAN

Kartun merupakan sebuah karya visual yang bersifat representasi dan simbolik. Kekuatan utama dari sebuah kartun terletak pada ide untuk menghadirkan tanda sebagai representasi sebuah peristiwa sosial politik. Kehadiran kartun sering kita jumpai pada media masa cetak seperti Koran dan majalah. Tempo sebagai sebuah majalah yang dikenal selalu kritis membahas persoalan sosial politik juga menghadirkan kartun. Kartun yang hadir di Majalah Tempo ini disebut sebagai kartun editorial atau kartun opini sebuah media massa. Kartun editorial (*editorial cartoon*) adalah visualisasi tajuk rencana sebuah media. Kartun ini biasanya membicarakan masalah politik ataupun masalah-masalah aktual yang menjadi berita utama dari redaksi. Disetiap terbitnya, Majalah Tempo selalu hadir dengan kartunnya yang humor dan dengan kritik yang tajam. Berbagai peristiwa di tahun politik 2019 juga tercatat dalam kartun opini tersebut.

Tahun 2019 disebut juga sebagai tahun politik karena dilaksanakannya pemilihan presiden dan wakil presiden, pemilihan DPR, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota dan juga pemilihan DPD (Dewan Perwakilan Daerah) secara serentak pada 17 April 2019. Tahun 2019 menjadi tahun penuh dengan berita politik serta kampanye dari pasangan calon presiden dan wakil presiden beserta dengan partai-partai politik yang mengusung calon legislatifnya untuk duduk di kursi dewan. Tahun 2019 juga menjadi ajang kampanyenya para calon anggota Dewan Perwakilan Daerah sebagai wakil daerah yang selama ini dikenal tanpa melalui partai politik. Kehidupan sosial-politik masyarakat di Indonesia saat tahun politik menjadi "ladang subur" bagi kartun editorial Majalah Tempo untuk menyampaikan kritik atau pendapat.

Secara visual Kartun Majalah Tempo sangat menarik untuk dibongkar karena tanda-tanda yang dihadirkan sangat kuat mencerminkan realitas kehidupan sosial politik masyarakat Indonesia. Pesan-pesan yang dihadirkan melalui kombinasi gambar dan kata juga menarik untuk diungkap karena; pertama, kartun pada Majalah Tempo dikenal kritis, Majalah Tempo yang merupakan Majalah dengan sasaran pembacanya adalah kalangan kelas menengah yang diandaikan juga sebagai pembaca yang kritis.

Sebagai karya komunikasi visual, kartun sangat kuat dengan penandaan untuk menyampaikan kritiknya terhadap peristiwa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Tanda-tanda tersebut dihadirkan dengan teks visual dan juga teks verbal. Berdasarkan hal tersebut maka dirumuskan permasalahan yaitu: 1) bagaimana teks verbal dan teks visual kartun Majalah Tempo tahun 2019? dan 2) bagaimana tan-

da dan makna kartun Majalah Tempo tahun 2019? Berkaitan dengan hal tersebut, maka kartun Majalah Tempo tahun 2019 sangat tepat dikaji menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

LANDASAN TEORI

Kartun Majalah Tempo

Kata "cartoon" asalnya adalah karton, kertas tebal yang digunakan untuk membuat sketsa rancangan dalam pembuatan *fresco* (lukisan dinding). Sketsa tersebut menjadi acuan gambar untuk dijiplak di dinding. Pada tahun 1843 Balaikota London mengadakan sayembara pembuatan "cartoon" untuk lukisan dinding gedungnya. Hasil para peserta dipamerkan di Balaikota, saat itu majalah satire 'Punch' membuat karya sindir karya John Leech berjudul 'Cartoon No.1' memprotes gagasan Balaikota yang dianggap pemborosan. 'Punch' merupakan majalah satire yang menjadi media kritik kebijakan pemerintah yang tidak sesuai dengan aspirasi masyarakat. Sejak itu kata 'cartoon' mulai dipakai untuk menyebut gambar sindir (Wigiono dalam Sunarto, 2019:3). Kartun majalah Tempo adalah gambar kartun yang memiliki opini/kritik terhadap peristiwa sosial politik yang terjadi di tahun 2019 yang dimuat oleh Majalah Tempo. Sebuah majalah yang terbit setiap minggu dengan pimpinan redaksi/ penanggung jawabnya bernama Arief Zulkifli. Majalah Tempo beralamat redaksi Gedung Tempo di Jalan Palmerah Barat no. 8 Jakarta Selatan 12210 dengan alamat email: red@tempo.co.id

Teori Semiotika

Kata "semiotika" berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti tanda, atau *seme* yang berarti menafsir tanda. Semiotika berurusan dengan segala sesuatu yang bisa dipandang sebagai tanda. Sebuah tanda adalah segala sesuatu yang dapat dipakai menggantikan sesuatu yang lain secara signifikan (Eco, 2009: 7). Dalam pandangan Pilliang (1998: 262), penjelajahan semiotika sebagai metode kajian kedalam pelbagai cabang keilmuan ini dimungkinkan karena ada kecenderungan untuk memandang pelbagai wacana sosial sebagai fenomena bahasa. Berdasarkan pandangan semiotika, bila seluruh praktik sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa, maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda. Hal ini dimungkinkan karena luasnya pengertian tanda itu sendiri. Roland Barthes mengembangkan dua tingkatan pertandaan (*staggered system*), yang memungkinkan dihasilkannya makna yang juga bertingkat-tingkat, yaitu tingkat denotasi (*denotation*) dan konotasi (*connotation*). Dalam bukunya Piliang (2003: 261) yang berjudul *Hipersemiotika* diuraikan denotasi sebagai tingkatan pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, atau tanda



Gambar 1. Kartun Majalah Tempo Edisi 27 Januari 2019

dan rujukannya pada realitas, yang menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Makna denotasi (*denotative meaning*), dalam hal ini, adalah makna pada apa yang tampak. Denotasi adalah tanda yang penandanya mempunyai tingkat konvensi atau tingkat kesepakatan yang tinggi.

Sedangkan konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (artinya terbuka terhadap berbagai kemungkinan). Misalnya tanda bunga mengkonotasikan kasih sayang atau tanda tengkorak mengkonotasikan bahaya. Konotasi menghasilkan makna lapis kedua yang bersifat implisit, tersembunyi, yang disebut makna konotatif (*connotative meaning*). Teori semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika yang dikemukakan Roland Barthes yaitu makna denotasi dan konotasi untuk mengungkap makna kartun Majalah Tempo tahun 2019.

ANALISIS SEMIOTIKA

Pada pembahasan ini akan diuraikan teks visual dan teks verbal serta makna denotasi dan makna konotasi kartun Majalah Tempo yang terbit pada edisi 27 Januari 2019 dan 24 Maret 2019. Kedua kartun ini dipilih karena menunjukkan kritik terhadap situasi politik menjelang pemilu 17 April 2019.

Kartun gambar 1 ini hadir pada Majalah Tempo edisi 27 Januari 2019 halaman 10. Berukuran 17,7 cm x 17,7 cm, kartun ini menggambarkan teks visual figur

perempuan yang memegang remote televisi, sementara tangan yang lain memperbaiki antena televisi. Memakai baju berwarna merah dengan motif bunga kuning kecoklatan, perempuan ini tampak kebingungan. Di hadapannya digambarkan teks visual berupa televisi yang penuh dengan busa dan gelembung-gelembung busa. Gelembung-gelembung busa terlihat melayang di atas kepala figur perempuan tersebut. Di atas kepala perempuan ini juga digambarkan balon kata yang berwarna kuning. Dalam elemen kartun/komik, gelembung kata difungsikan oleh kartunis/komikus untuk menerangkan bahwa figur yang digambarkan sedang berbicara. Dalam balon kata ini berisi teks verbal yang bertuliskan: *Jam segini biasanya sinetron, kok malah berbusa-busa_TV-nya rusak kali, ya?*

Teks visual dan teks verbal yang dihadirkan tersebut secara denotasi mempunyai narasi tentang seorang ibu rumah tangga yang memiliki kesenangan menonton sinetron. Acara sinetron yang biasanya tayang pada jam tertentu secara berkelanjutan, menjadikan menonton sinetron adalah kebiasaan ibu berbaju merah ini. Figur seorang ibu ini sedang bersiap menonton sinetron yang biasa ia tonton, ia sudah sangat mengharapkan cerita atau kisah sinetron yang biasa ia tonton bisa ia nikmati kembali. Namun pada gambar ditunjukkan ekspresi wajah ibu tersebut kebingungan, dan bertanya-tanya kenapa sinetron yang biasa ia tonton kemudian tidak bisa ia saksikan di layar televisi, apa yang terjadi. Televisinya yang biasa digunakan untuk menonton sinetron mendadak penuh busa, gelembung-gelembung busa sangat banyak keluar dari televisinya. Figur ibu tersebut seperti tidak percaya dan sangat sangsi kalau televisinya rusak. Apakah televisinya yang rusak menjadikan televisi penuh busa, atau karena busa yang menjadikan televisinya rusak? Ekspresi wajah ibu digambarkan dengan penuh kebingungan.

Pada tingkatan makna konotasi, kartun pada gambar 1 ini dapat dimaknai bahwa tahun 2019 yang disebut sebagai tahun politik telah menghadirkan banyak politisi di berbagai media. Politisi bisa hadir di jalan-jalan melalui baliho dan spanduk. Hadir di media sosial seperti Facebook dan Instagram dengan berbagai kegiatan kemasyarakatan sebagai bentuk kampanye, dan juga sangat banyak hadir di televisi untuk berorasi meminta dukungan masyarakat. Kehadiran para politisi dalam berbagai ruang, termasuk pada layar televisi bertujuan untuk menyampaikan orasi kampanye dengan harapan agar dipilih oleh masyarakat pemilih. Semangat untuk menyampaikan orasi biasanya dimitoskan bahwa politikus tersebut sedang bicara berbusa-busa. Janji-jani kampanye para calon legislatif maupun eksekutif sering diidentikan dengan gelembung busa, karena kehadirannya



Gambar 2. Kartun Majalah Tempo
Edisi 24 Maret 2019

sangat susah dipegang. Gelembung busa biasanya terbang ke udara sehingga sangat sulit untuk dijangkau. Perumpamaan ini dimaknai bahwa janji-janji para politisi terlalu mengawang-awang, terdengar indah namun tidak pernah terealisasi. Antara janji dengan kenyataan terlalu jauh.

Pada pemaknaan yang lain, gelembung busa gampang pecah saat dipegang atau dengan kata lain tidak bisa dipegang. Artinya janji-janji para politisi yang mengkampanyekan dirinya hadir sebagai orator yang janji-janjinya tidak dapat dipercaya. Kata-katanya saat kampanye menjelang pemilihan sangat berbanding terbalik dengan sikap dan tingkah lakunya ketika terpilih. Hampir setiap lima tahun masyarakat mengalami hal ini.

Kartun yang hadir pada majalah Tempo (gambar 1) menunjukkan betapa janji-janji politik yang berbusa-busa di layar televisi telah mengganggu kehidupan seorang ibu yang ingin menonton sinetron. Kehadiran politisi yang kampanye di televisi dianggap tidak memiliki arti, tidak berguna, bahkan seorang ibu lebih menikmati tontonan sinetron ketimbang kampanye politisi. Tontonan sinetron yang selama ini dianggap sebagai tontonan ibu-ibu rumah tangga yang menemani daftar tontonan bukan kelas pertama, pada kartun ini menjadi tontonan yang jauh lebih dinikmati oleh seorang ibu ketimbang janji berbusa-busa para politisi. Gambaran ini menunjukkan bahwa kampanye berbusa-busa para politisi di layar televisi adalah sebuah gangguan yang dapat merusak televisi (merusak tontonan). Kartun ini adalah bentuk kritik

terhadap para politisi baik eksekutif ataupun legislatif agar tidak hanya menghadirkan janji-janji palsu, namun setelah terpilih menjadi wakil rakyat, mampu bekerja maksimal untuk kepentingan rakyat, bukan bekerja hanya untuk kekayaan diri sendiri.

Kartun pada gambar 2 berukuran 17,7 cm x 17,7 cm menghadirkan teks visual seorang laki-laki yang menggunakan baju putih, celana *blue jeans* dan sepatu berwarna hitam yang berada di atas tumpukan tiga kursi. Masing-masing kursi berwarna coklat-kuning, coklat-biru dan kuning-merah. Teks verbal berisi tulisan *Rp 500 Juta* tertempel pada kursi paling bawah atau kursi yang berwarna coklat-kuning. Diatasnya kursi coklat-biru berisi teks verbal bertuliskan: *Rp 1,2 M*, dan paling atas kursi yang berwarna kuning-merah berisi teks verbal *Rp. 3.5 M*.

Teks visual yang lain, pada kiri bawah digambarkan figur seorang laki-laki menggunakan baju biru dan rompi coklat, bercelana panjang dan memakai sepatu. Laki-laki ini memegang kursi coklat-biru. Pada sisi kanan panel, teks visualnya menggambarkan empat laki-laki yang menggunakan rompi coklat memegang trampolin yaitu alat yang terdiri dari sepotong kain yang kencang dan diregangkan diatas bingkai baja dengan menggunakan banyak pegas yang melingkar. Pada gambar berisi teks verbal bertuliskan *KPK* menggunakan warna hitam dan merah. Setting gambar menunjukkan suasana tanah yang lapang berwarna hijau muda dengan langit berwarna biru muda.

Makna denotasi pada gambar 1 menunjukkan narasi seorang laki-laki muda berada diatas kursi bertumpuk, sehingga ia berada di tempat yang lebih tinggi. Namun kursi-kursinya yang digunakan sebagai pijakan berdiri terlihat sangat goyah karena kaki-kaki kursi tidak menempati posisi yang tepat. Semakin tinggi posisi kursi, terlihat harganya semakin mahal. Dengan posisi yang goyah, laki-laki ini tampak ketakutan dan kebingungan. Sementara laki-laki berrompi coklat yang berada di sebelah kiri seperti berkata cepat loncat karena temannya empat orang di sebelah kanan sudah siap "menangkap" menggunakan trampolin. Tidak ada siapapun di lokasi tersebut selain laki-laki bercelana jeans di puncak kursi dan laki-laki berrompi coklat.

Kartun tanggal 24 Maret 2019 pada Majalah Tempo ini hadir bersamaan dengan pemberitaan tertangkapnya ketua Umum Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Romahurmuzy atau sering disebut Romy. Pemberitaan ini kemudian bisa dihubungkan dengan latar belakang hadirnya kartun gambar 2. Sehingga secara konotasi, kartun ini bermakna tertangkapnya

ketua umum PPP karena dugaan kasus jual-beli jabatan. Romy ditangkap oleh figur manusia berompi coklat yang identik dengan penyidik Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK).

Kartun ini bisa menunjukkan representasi tokoh muda dengan tanda-tanda menggunakan celana jeans dan wajah yang bersih tanpa kumis maupun jenggot. Baju lengan panjang putih menunjukkan dukungan terhadap calon presiden no urut 01. Tokoh muda yang menjadi tokoh politik nasional yang mendukung pasangan 01 sangat identik dengan partai PPP, Romahurmuzy. Kenapa bukan ketua umum Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)?, karena tokoh muda PKB yang disebut Muhaimin Iskandar identik menggunakan kacamata, dan tokoh pada kartun tidak menggunakan kacamata. Jadi figur tokoh pada kursi ini memiliki kedekatan metafora Romahurmuzy.

Opini Majalah Tempo edisi 18 – 24 Maret 2019 yang berjudul *Korupsi Berulang Petinggi Partai* mengatakan Romy sebagai orang kesekian dari pelaku rasuah politik Indonesia. Penyidik KPK menangkap Romy di sebuah hotel di Surabaya ketika ia menerima setoran dana dari pejabat daerah Kementerian Agama di sana. Selain menangkap Romy, KPK mencokok Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Jawa Timur yang baru beberapa bulan dilantik. Romy dikenal politikus yang sering bergaya millennial. Diduga Romy bisa mengatur promosi dan penempatan pejabat di lingkungan Kementerian Agama dengan imbalan harga yang cocok. Berlanjut data yang diungkapkan bahwa ada beberapa ketua umum partai terjerat kasus korupsi. Tahun 2016, Ketua Umum Partai PPP Suryadharma Ali divonis 10 tahun penjara dan tahun 2018 Ketua umum partai Golkar Setya Novanto dijatuhi hukuman 15 tahun penjara. Semua kasus mereka berkaitan dengan kementerian dan lembaga Negara yang dipimpin oleh kader partainya. Motif Korupsinya serupa: mereka mencari dana untuk membiayai kegiatan politik partai.

Kartun pada gambar 2 ini menjadi narasi yang mengkritisi kasus korupsi yang menjerat para politisi atau para pimpinan partai. Kritik ini bertujuan tidak saja menggambarkan peristiwa, namun juga mengharapkan ada sebuah perbaikan. Kasus korupsi menjadi kasus yang selalu berulang terjadi dan perlu perbaikan sedini mungkin.

SIMPULAN

Kartun Majalah Tempo tahun 2019 hadir untuk memberikan opini atau kritik di tahun politik. Tanda-tanda yang dihadirkan berupa teks visual dan teks verbal untuk menghadirkan narasi dari peris-

tiwa yang dikritisi. Teks visual menghadirkan figur manusia maupun tokoh politik dengan situasinya tersendiri yang menggambarkan sebuah peristiwa. Narasi-narasi yang ditunjukkan oleh teks visual dan teks verbal dapat dimaknai secara denotasi dan konotasi. Secara denotasi, kartun-kartun Majalah Tempo menghadirkan figur manusia seperti ibu rumah tangga, tokoh politik seperti ketua Umum partai dan juga figur manusia yang merepresentasikan penyidik KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi). Secara konotasi dimaknai sebagai kritik atas kehadiran para politisi di tahun 2019. Kehadiran politisi di satu sisi dilihat sangat mengganggu karena orasi-orasinya dalam kampanye di televisi dianggap tidak memiliki arti, kehilangan kepercayaan publik. Di sisi lain ada banyak politisi yang terjerat kasus korupsi. Alih-alih para politisi menyerukan anti korupsi, malah banyak petinggi partai politik yang terjerat kasus korupsi. Kartun Majalah Tempo hadir tidak saja untuk menunjukkan tragedi dalam komedi, namun juga mengharapkan adanya perbaikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Nuriarta I Wayan. 2017. *Bahasa Rupa Kartun Konpopilan Pada Koran Kompas Tahun 2016*. ISI Denpasar (Penelitian Dosen Muda)
- Piliang, Yasraf Amir. 2012. *Semiotika dan Hipersemiotika*. Bandung : Matahari
- Setiawan, Muhammad Nashir. 2002. *Menakar Panji Koming, Tafsiran Komik Karya Dw Koendoro Pada Masa Reformasi Tahun 1998*. Jakarta: Buku Kompas.
- Sibarani, Augustin. 2001. *Karikatur dan Politik*. Jakarta: Institut Studi Arus Informasi.
- Sunarto, Priyanto.dkk. 2019. *Metafora Visual: Kartun Editorial Pada Surat Kabar Jakarta 1950-1957*. Jakarta: IKJ Press.
- Sunaryo, Edi.dkk. 2016. *Ragam Hias Beberapa Masjid di Jawa:Kajian Sejarah Kebudayaan dan Semiotika*. (Jurnal Mudra ISI Denpasar)

Faktor Penggugah serta Variasi Karya Seni Rupa dan Desain di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli Provinsi Bali

**I Gusti Ngurah Ardana, I Wayan Adnyana, I Komang Sudirga,
A.A. Gede Rai Remawa, I Wayan Mudra, I Made Radiawan,
I Nengah Sudika Negara dan I Made Suparta**

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar

ngurahardana@isi-dps.ac.id

Paper ini difokuskan untuk menganalisis faktor penggugah dan variasi karya seni rupa serta desain di sembilan desa Kecamatan Susut Kabupaten Bangli Provinsi Bali. Analisis perlu dilakukan, agar berbagai institusi yang memiliki program pelestarian dan pelatihan serta pengembangan seni memperoleh informasi yang lengkap sebagai pedoman pelaksanaan kegiatannya. Data dianalisis berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dikumpulkan dari seluruh banjar yang berada di sembilan desa Kecamatan Susut Kabupaten Bangli Provinsi Bali, diverifikasi dengan referensi yang dianggap relevan. Hasil analisis ini menggambarkan, ada dua jenis faktor penggugah pembuatan karya seni rupa dan desain di sembilan desa yang berada di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli Provinsi Bali yaitu: 1) dorongan internal yang bersumber dari bakat yang dimiliki, keinginan mengembangkan keterampilan lainnya, sebagai ekspresi diri dan untuk mendapatkan penghasilan tambahan; 2) dorongan eksternal berupa permintaan langsung dari masyarakat, kegiatan yang membutuhkan produk seni rupa dan desain serta berkembangnya pariwisata. Jenis produk seni rupa dan desain yang sudah dihasilkan, menggunakan variasi material seperti kayu, bambu, ijuk, kertas, benang, tali, lidi, kain, stereo form, emas dan perak, tembaga, besi, batu alam, beton maupun pasir melela.

Kata kunci: dorongan internal dan eksternal, peluang dan penghasilan.

This paper is focused on analyzing the determinant factors and variations in art and design products in nine villages in Susut District of Bangli Regency of Bali Province. Analysis must be done, so that various institutions that have conservation programs and training even art development obtain complete information as a guideline for carrying their activities. Data were analyzed based on the results of interviews and observations that collected from all banjars in nine sub-districts of Susut District of Bangli Regency of Bali Province, verified based on the references that are considered relevant. The results of this analysis describe, there are two types of driving factors that inspire developing art and design products in nine villages in Susut District of Bangli Regency of Bali Province namely: 1) an internal forces comes from the talent they have, the desire to develop other skills, as a self expression even get an extra incomes; 2) an external forces push in the form of the direct request from the public, community activities that needs those art and design products including the events of tourism. The materials variations for producing the types of art and designs products such as wood, bamboo, palm fiber, paper, yarn, rope, sticks, fabric, stereo form, gold and silver, copper, iron, natural stone, concrete even seashore sand.

Keywords: internal and external forces, opportunities and incomes.

Proses review : 1 - 20 Juni 2019, dinyatakan lolos 21 Juni 2019

PENDAHULUAN

Kabupaten Bangli yang merupakan bagian dari wilayah Provinsi Bali (Gambar 1), memiliki empat kecamatan yang salah satunya adalah Kecamatan Susut (Gambar 2). Memiliki luas wilayah 49,31 km², berada di ketinggian 650 meter dari permukaan laut. Luas wilayah tersebut, telah dimanfaatkan untuk kepentingan pertanian seluas 1240, 50 hektar (25,16 %) dan tegalan 1449, 72 hektar (59,42 %) serta pekarangan 301,83 hektar (6,12 %) termasuk kegiatan lainnya seluas 436,62 hektar (9,30 %). Kecamatan Susut Kabupaten Bangli Provinsi Bali menaungi sembilan Desa, 50 Desa Adat (Desa Pekraman) dan 54 Banjar Dinas (Dusun). Jumlah penduduknya 44.680 jiwa, yang terdiri atas laki-laki 22.104 orang dan perempuan 22.576 orang serta sebanyak 4.852 jiwa memiliki kegiatan bertani. Mayoritas penduduk di Kecamatan Susut sedang berada dalam batas usia yang produktif, yaitu 15 – 45 tahun. Sebagai salah satu sumber daya dalam konteks pembangunan, maka penduduk Kecamatan Susut (Gambar 3) telah mengikuti kegiatan pembinaan dan pembangunan di bidang kependudukan agar dapat tercipta kondisi masyarakat yang mandiri dan sejahtera (Kecamatan Susut, 2019 dan BPS Kabupaten Bangli, 2019).



Gambar 1. Posisi Kabupaten Bangli pada Peta Pulau Bali.

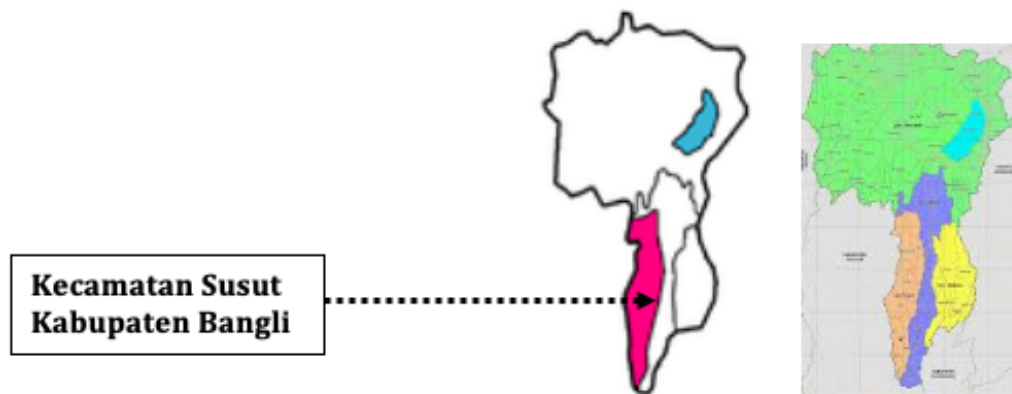
Kecamatan Susut merupakan daerah pedesaan, sehingga dapat dikategorikan sebagai daerah agraris. Penduduk memiliki kegiatan bertani, beternak, berdagang, sebagai ASN, karyawan swasta, buruh tani dan bangunan, pengrajin maupun lainnya. Kegiatan pertanian dikembangkan untuk meningkatkan kualitas serta memperluas keanekaragaman hasilnya, untuk kebutuhan pangan dan industri, pengolahan hasil pertanian serta memperluas lapangan pekerjaan bahkan kesempatan berusaha yang pada akhirnya diharapkan mampu menopang pembangunan daerah. Penduduk di Kecamatan Susut melakukan kegiatan ekonomi secara mekanik, kimia dan tangan untuk menghasilkan barang (jasa) berupa barang jadi ataupun setengah jadi serta yang nilainya dapat ditingkatkan maupun yang merupakan kebutuhan

langsung dari penggunaannya. Tahun 2016, Kecamatan Susut memiliki dua jenis industri besar dan enam unit industri sedang serta 64 buah industri kecil bahkan 3.846 industri rumah tangga (BPS Kabupaten Bangli, 2019).

Berkaitan dengan banyaknya usaha industri kecil dan industri rumah tangga di Kecamatan Susut tersebut, sangat sedikit informasi yang diperoleh masyarakat luas mengenai produk yang dihasilkan oleh industri kecil serta rumah tangga ini. Apalagi kegiatan utama penduduknya adalah bertani, berkebun dan sejenisnya yang sudah jelas-jelas menyita cukup banyak waktu dan tenaga serta pikiran agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari termasuk kebutuhan finansial yang bisa didapat dari hasil penjualan produk agrarisnya. Hal tersebut tentunya menggugah rasa ingin tahu banyak pihak, sehingga dilakukan penelusuran ke lokasi untuk dapat diketahui sejumlah faktor yang melatarbelakangi tumbuh dan kembangnya industri kecil serta industri rumah tangga tersebut.

Selain itu, perlu juga ditelusuri variasi produk yang dihasilkan oleh industri itu terutama yang berkaitan dengan produk seni rupa dan desain. Informasi tersebut perlu diperoleh untuk kepentingan inventarisasi,

pelestarian, pelatihan serta upaya pengembangan berkelanjutan. Apalagi BPS Kabupaten Bangli telah juga merilis data mengenai penurunan jumlah usaha industri tersebut. Dinyatakan pada tahun 2012 dan 2013 jumlah usaha industri kecil dan rumah tangga adalah 4.450 buah, tahun 2014 meningkat menjadi 4.500 buah tetapi tahun 2015 turun drastis menjadi 3.800 buah dan pada tahun 2016 agak menggembirakan karena terjadi peningkatan lagi menjadi sekitar 4.125 buah. Walaupun demikian, perlu dilakukan analisis tentang faktor penggugah serta variasi karya seni rupa dan desain yang sudah dihasilkan oleh masyarakat di sembilan desa Kecamatan Susut Kabupaten Bangli provinsi Bali ini.



Gambar 2. Posisi Kecamatan Susut di Peta Kabupaten Bangli.



Gambar 3. Tampilan Kantor Camat Susut di Kabupaten Bangli

MATERI DAN METODE

Uraian materi dan metode yang menjadi pokok pembahasan tulisan ini, dapat dijabarkan sebagai berikut.

Materi Pembahasan

Fokus tulisan ini adalah analisis dua faktor penting, yaitu: 1) faktor penggugah dalam pengembangan produk seni rupa serta desain; dan 2) variasi karya seni rupa dan desain di sembilan desa di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli Provinsi Bali berdasarkan jenis bahan yang digunakannya.

Metode Pembahasan

Kedua faktor yang menjadi fokus pada tulisan ini dibahas berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang selanjutnya diverifikasi dengan sejumlah pustaka yang dianggap relevan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian pada bagian materi pembahasan, maka tulisan ini menjabarkan faktor penggugah dan variasi produk yang diuraikan bertahap sebagai berikut.

Faktor Penggugah Pembuatan Karya Seni Rupa dan Desain

Penduduk di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli Provinsi Bali sebagai masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah yang digolongkan sebagai daerah

agraris, memiliki kegiatan utama bertani serta sejenisnya. Pekerjaan ini harus dilakukan dengan tekun dan disiplin, agar diperoleh hasil yang memuaskan. Oleh karena itu, setiap hari perlu disiapkan waktu dan tenaga maupun pikiran yang khusus bahkan terprogram. Sejak matahari belum terbit, mereka sudah mulai kegiatan bertani. Setelah matahari mencapai titik kulminasi, mereka istirahat dan memulai pekerjaannya lagi sekitar pukul 15.00. Mereka baru selesai bekerja setelah matahari terbenam, untuk istirahat karena hari sudah gelap. Setiap hari dan tujuh hari dalam seminggu, kegiatan tersebut terus berulang kecuali ada upacara agama/adat ataupun kondisi kesehatannya terganggu. Walaupun demikian, ternyata mereka masih memiliki kesempatan dan tenaga serta pikiran bugar untuk mengerjakan produk seni rupa dan desain. Awalnya mungkin hanya merasa bosan berdiam diri, disela istirahat setelah selesai bekerja di sawah ataupun dikebun. Waktu serta tenaganya yang tersisa memang dimanfaatkan untuk mengerjakan beberapa produk seni rupa dan desain demi memenuhi kebutuhan sendiri, karena mampu dikerjakannya sendiri daripada harus membeli di pihak lain yang berarti ada pengeluaran tambahan padahal harusnya dapat dihemat.

Fenomena tersebut sesuai dengan pandangan dari Neisser (1988) yang menyatakan, bahwa setiap orang dimungkinkan memiliki kesadaran terhadap adanya aktivitas internal yang mengalir terus dalam pikiran dan perasaannya. Semua itu sifatnya pribadi dan ti-

tidak dapat diketahui oleh pihak lain, karena merupakan kesadaran personal yang tidak dapat dibagi sehingga disebut *private self*. Jika ditinjau dari sudut pandang kodrat daya cipta, maka manusia disebut *homo faber* (makhluk pekerja), *animals rationale* (makhluk yang berakal), *homo recentis* (makhluk yang memiliki perasaan peka), *homo valens* (makhluk petualang), *homo mensuara* (makhluk penilai), *homo educandum* (makhluk pemikir dan pekerja). Jika dikaitkan dengan kehidupan sosial, manusia disebut *homo socius* (makhluk sosial), *homo economicus* (makhluk yang selalu ingin memenuhi kebutuhan), *homo viatur* (makhluk yang mencari jati diri), *homo concorn* atau makhluk yang adaptif serta transformatif (Jalaludin, 2012).

Berdasarkan pandangan tersebut, tidak mengherankan jika semua petani tersebut berupaya melakukan berbagai jenis aktivitas saat istirahat dari kegiatan bertani. Diyakini pula, bahwa seorang petani adalah pribadi serta anggota masyarakat yang pola pikirnya selalu berkaitan dengan kepentingan diri sendiri serta sesamanya atau orang lain. Markus dan Kitayama (1991) menjelaskan, esensi konsep diri adalah otonomi dan setiap pribadi merasa berhak memiliki kebebasan. Selain itu, harus menyesuaikan diri dengan pribadi lain di lingkungannya melalui kemampuan menilai “maksud orang lain” dan keharusan untuk “menjalani peran yang diberikan kepada dirinya”. Konsep diri dalam konteksnya dengan perubahan sosial bisa berkembang karena adanya faktor individual, gender, ruang dan waktu, polarisasi, homogenitas, refleksitas, institusi, transnasional korporasi maupun teknologi bahkan globalisasi (Adam, 2007). Semua aspek tersebut, secara otomatis dapat menjadi nahkoda dalam melakukan kegiatan sehari-hari walaupun sejatinya sudah lelah.

Berpedoman pada uraian tersebut, dapat dikembangkan asumsi untuk menentukan faktor yang menggugah masyarakat petani di sembilan desa Kecamatan Susut Kabupaten Bangli dalam menghasilkan produk seni rupa dan desain. Apalagi selanjutnya tumbuh kesadaran, bahwa pembuatan karya seni rupa dan desain dapat dijadikan lapangan kerja untuk memperoleh penghasilan. Oleh karena itu, perlu dianalisis faktor penggugah yang menyebabkan tumbuhnya hasrat untuk memproduksi karya seni rupa dan desain. Faktor tersebut dinyatakan berasal dari dalam dan luar dirinya sendiri, seperti dijabarkan oleh Khasinah (2013) bahwa kaum humanis menyatakan manusia memiliki dorongan internal untuk mencapai tujuan positif. Selain itu, manusia juga merasa memiliki tanggungjawab sosial yang menjadi faktor pendorong dalam melakukan berbagai jenis tindakan.

Dorongan Internal (*Internal Force*)

Secara eksplisit, pandangan tersebut di atas jelas-jelas menyatakan bahwa manusia adalah makhluk individu yang memiliki karakteristik berbeda-beda. Karakteristik individual itu menjadi celah bagi kaum humanis yang salah satu tokohnya adalah Abraham Maslow untuk menyatakan, manusia memiliki kodratnya yang hakiki sebagai struktur psikologis yang dinilai analog dengan struktur fisiknya sehingga memiliki kebutuhan dan kapasitas serta kecenderungan yang bersifat genetik sebagai sifat khas seluruh spesies manusia (Hall dan Gardner, 1993). Manusia juga harus dinilai sebagai totalitas yang unik serta mengandung semua aspek yang ada di dalam dirinya dan selalu berproses untuk menjadi diri sendiri (Sarwono, 2013). Oleh karena itu, setiap aktivitasnya selalu dilatarbelakangi oleh karakteristik individualnya yang terutama dimotori oleh motivasi sebagai landasan berperilaku. Motivasi yang menyentuh aspek penting dalam karakteristik individualnya, menyebabkan timbul dorongan yang berasal dari dalam dirinya sendiri untuk melakukan berbagai jenis aktivitas yang dapat memuaskan dirinya.

Upaya untuk memuaskan dirinya sendiri itu, bersifat genetik sehingga mendorong timbulnya kekuatan yang tidak bisa dipengaruhi oleh lingkungannya. Inilah yang disebut dengan dorongan internal, sebagai kekuatan yang muncul dari dalam dirinya sendiri. Kekuatan internal ini tidak dapat dihambat oleh apapun, karena sifatnya memang alami. Kekuatan internal yang mendorong masyarakat di sembilan desa di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli, mengembangkan produk seni rupa dan desain dapat diuraikan sebagai berikut.

Dorongan untuk mengembangkan bakat

Setiap orang memiliki bakat, ada yang sama dan berbeda tetapi ada yang dipendam serta dikembangkan sebagai keterampilan untuk memperoleh penghasilan. Bakat terpendam, umumnya disebabkan adanya ketertarikan di bidang lainnya ataupun muncul hobi yang berbeda dengan bakatnya dan justru lebih sering dijadikan kegiatannya sehari-hari. Bakat merupakan kemampuan yang bersifat “*inherent*” dalam diri seseorang yang dibawa sejak lahir dan berkaitan dengan struktur otak, yang secara genetis strukturnya sudah terbentuk sejak lahir tetapi fungsinya dipengaruhi caranya berinteraksi dengan lingkungan. Bagi seseorang yang memang memiliki hobi sama dengan bakatnya, tentu melakukan kegiatan sehari-harinya berdasarkan bakat yang dimilikinya.

Bakat dapat dijadikan pedoman untuk memiliki keterampilan istimewa, walaupun tanpa melalui proses pelatihan secara khusus. Seperti dijelaskan oleh

Rohmah (2012), sejatinya bakat lebih dekat maknanya dengan *uptitude* sebagai kecakapan bawaan yang disebut dengan potensi (kesanggupan) tertentu. Hanya dengan melihat, tetapi juga berani mencoba atau mempelajari model yang sudah ada maka suatu produk dapat dihasilkan. Bakat merupakan kemampuan bawaan sebagai potensi (*potential ability*) yang masih harus dikembangkan bahkan harus dilatih (Sunarto dan Hartono, 2002). Hal ini didukung oleh pendapat Ericsson dalam Junaidi (2011), yang menekankan bahwa orang berbakat adalah orang yang selalu “diciptakan” atau “dilatih” tetapi bukan “dilahirkan”.

Hollingworth dalam Putra (2013) menyatakan, walaupun bakat istimewa yang sudah dimiliki oleh seseorang sejatinya bersifat turunan tetapi jikalau kurang memperoleh pola asuhan dan kondisi lingkungan yang mendukung maka bakat tersebut hanya tetap berupa bakat karena tidak pernah diimplementasikannya sehingga bakatnya tidak akan pernah menjadi minat. Padahal minat adalah dorongan ataupun sesuatu yang dapat menimbulkan ketertarikan (perhatian secara selektif) yang datangnya dari dalam diri seseorang, sebagai faktor penyebab suatu objek (kegiatan) dianggap menyenangkan maupun menguntungkan yang lama kelamaan dapat memberikannya kepuasan (Mikarsa, 2007). Simpulannya, ada faktor bakat yang didukung oleh minat sebagai penyebab munculnya dorongan internal pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Hal ini diakui oleh warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli, yang mengembangkan karya seni rupa serta desain dilandasi oleh bakat yang memang dimiliki dan berminat mengembangkannya.

Pengakuan ini diperoleh tahun 2017, melalui proses wawancara saat berkunjung ke rumah tinggal: I Nengah Sayang, I Nyoman Dirga, Jro Mangku Yadnya, I Ketut Tantri, I Nengah Pujana di Banjar Demulih dan Nengah Tanya di Banjar Tanggahan Tengah Desa Demulih; juga I Nengah Ada dan I Wayan Sukarya di Desa Pekraman Tanggahan Peken; Gusti Pekak Polos di Banjar Malet Gusti, Bapa Kembar di Banjar Kembang Merta, I Nengah Suta di Banjar Penglumbaran Kauh dan I Kadek Sudanco di Banjar Sri Batu Desa Penglumbaran; I Wayan Sudana di Banjar Selat Kaja Kauh Desa Selat; I Ketut Rena di Bajar Lenjong, I Wayan Margi di Banjar Malet Tengah, Wayan Pageh di Banjar Tiga, I Nyoman Terima di Banjar Temaga, I Made Lugra, I Nyoman Tiari, I Nengah Sumerdi dan I Wayan Mahardika di Banjar Kayu Amba Desa Tiga; I Nengah Suasta, Nyoman Sekar dan I Wayan Tagel di Bajar Sulahan, I Dewa Ayu Tirtawati dan I Dewa Gede Ngidep di Bajar Kikian, Made Yuniartari serta I Nengah Mekel di Banjar Lumbuan, Wayan Suardana di Banjar Tanggan Peken Desa Sulahan; Sang Nyoman

Sandiya di Banjar Song Landak, Nengah Subagia di Banjar Pengiyangan Kangin Desa Pengiyangan, Pande Wayan Jaman di Banjar Abuan Kangin Desa Abuan.

Dorongan untuk mengembangkan keterampilan lain Seseorang yang sudah menyadari dirinya memiliki keterampilan tertentu bahkan setiap harinya dapat menikmati hasil dari produk keterampilan yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari, tentunya selalu tekun dan disiplin mengerjakannya agar penghasilan yang diperoleh berkelanjutan maupun meningkat terus. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan setiap hari berkaitan dengan keterampilannya itu, juga merupakan proses pelatihan untuk mempercepat penyelesaian karena sudah berpengalaman dan memperoleh produk yang tetap memuaskan banyak pihak bahkan lebih bermutu daripada sebelumnya. Hanya saja, kodratnya sebagai makhluk berakal dan pekerja serta berpetualang termasuk penilai bahkan adaptif maupun transformatif maka kegiatan keterampilan yang memang setiap hari sudah dilakukannya justru dapat menimbulkan tantangan baru untuk mencoba mengerjakan keterampilan lain yang berbasis keterampilan sebelumnya.

Seperti dinyatakan oleh Mikarsa (2007), minat merupakan faktor pendorong atau sesuatu yang dapat menimbulkan ketertarikan (perhatian secara selektif) yang datang dari dalam diri seseorang sehingga sesuatu objek (kegiatan) dapat dianggap menyenangkan maupun memuaskan apalagi jika lama kelamaan dapat memberikannya keuntungan. Oleh karena itu, keterampilan yang sudah dimiliki untuk mengerjakan sesuatu produk tertentu memperoleh perhatian khusus untuk dikembangkan memiliki keterampilan lain. Kondisi ini menandakan, faktor keterampilan yang sudah dimilikinya didukung oleh minat yang muncul sebagai pendorong internal menyebabkan lahirnya produk berbeda daripada yang sebelumnya. Realitas ini didukung oleh warga Kecamatan Susut Kabupaten Bangli, yang mengembangkan keterampilan lainnya seperti: Gusti Pekak Polos di Banjar Malet Gusti Desa Penglumbaran; I Wayan Sudana dan I Ketut Sila di Banjar Selat Kaja Kauh serta I Nyoman Kandra di Banjar Selat Peken Desa Selat; I Nyoman Dirga di Banjar Demulih Desa Demulih; I Gusti Ketut Konje di Banjar Kikian Desa Sulahan.

Dorongan untuk berekspresi

Seperti telah dinyatakan oleh Neisser (1988) dan Jalaludin (2012), setiap individu tidak hanya ingin menemukan jati dirinya tetapi juga ingin menyampaikan pesan berbagai jenis aspirasi yang tumbuh di dalam dirinya. Awalnya, kehendak untuk menyampaikan pesan tumbuh dari motivasi mengem-

bangkan bakat yang dituangkannya dalam bentuk kegiatan penyaluran hobi semata. Setelah berhasil menyadari potensi yang dimiliki, baru muncul pemikiran untuk memanfaatkan produk yang dapat dihasilkan sebagai media ekspresi diri. Unsur yang diekspresikan berupa pesan kepada masyarakat luas, tentang kegundahan dan rasa prihatin serta pengobaran semangat untuk berjuang mencapai keunggulan optimal maupun kesetaraan dan kebersamaan. Hal itu menegaskan, manusia adalah makhluk yang berakal, memiliki perasaan peka, makhluk petualang dan penilai (Jalaludin, 2012).

Anggota masyarakat di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli yang mengembangkan produk seni rupa dan desain sebagai media ekspresi adalah I Nengah Pujana di Banjar Demulih Desa Demulih; I Kadek Sudanco di Banjar Sri Batu Desa Penglumbaran; I Made Lugra, I Nyoman Tiari dan I Wayan Mahardika di Banjar Kayu Amba Desa Tiga.

Dorongan untuk memperoleh penghasilan tambahan

Sebagai warga yang sudah memperoleh penghasilan melalui kegiatan pertaniannya, tetapi juga memiliki keterampilan untuk menghasilkan produk seni rupa dan desain yang pada awalnya dimaksudkan hanya untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Kemudian adanya permintaan dari pihak lain, sehingga dilihat sebagai peluang untuk dijadikan komoditas penambah penghasilan. Jalaludin (2012) menyatakan, manusia jikalau dilihat dari sudut pandang kodrat daya ciptanya disebut *animals rationale* (makhluk yang berakal), *homo recentis* (makhluk yang memiliki perasaan peka), *homo valens* (makhluk petualang) serta *homo mensuara* (makhluk penilai). Jika dikaitkan dengan kehidupan sosialnya, manusia disebut *homo economicus* (makhluk yang selalu ingin memenuhi kebutuhan), khususnya untuk memperoleh penghasilan tambahan yang ternyata dapat diperolehnya hanya melalui pekerjaan sampingan. Kondisi ini awalnya tidak disadari, karena proses pemberian imbalan terhadap produk yang dihasilkannya justru timbul dari masyarakat yang memang sangat membutuhkan sehingga baru timbul pemikiran menjual untuk memperoleh penghasilan.

Berdasarkan pernyataan itu, maka warga Kecamatan Susut Kabupaten Bangli yang membuat produk seni rupa dan disain untuk menambah penghasilan terdiri atas: I Nengah Sayang, I Nyoman Dirga, Jro Mangku Yadnya, I Ketut Tantri, I Nengah Pujana di Banjar Demulih dan Nengah Tanya di Banjar Tanggahan Tengah Desa Demulih; I Nengah Ada dan I Wayan Sukarya di Desa Pekraman Tanggahan Peken; Gusti Pekak Polos di Banjar Malet Gusti, Bapa Kembar di Banjar Kembang Merta, I Nengah Suta di Banjar

Penglumbaran Kauh dan I Kadek Sudanco di Banjar Sri Batu Desa Penglumbaran; I Wayan Sudana di Banjar Selat Kaja Kauh Desa Selat; I Ketut Rena di Banjar Lenjong, I Wayan Margi di Banjar Malet Tengah, Wayan Pageh di Banjar Tiga, I Nyoman Terima di Banjar Temaga, I Made Lugra, I Nyoman Tiari, I Nengah Sumerdi dan I Wayan Mahardika di Banjar Kayu Amba Desa Tiga; I Nengah Suasta, Nyoman Sekar dan I Wayan Tagel di Banjar Sulahan, I Dewa Ayu Tirtawati dan I Dewa Gede Ngidep di Banjar Kiki-an, Made Yuniantari serta I Nengah Mekel di Banjar Lumbuan, Wayan Suardana di Banjar Tanggan Peken Desa Sulahan; Sang Nyoman Sandiwa di Banjar Song Landak, Nengah Subagia di Banjar Pengiyangan Kangin Desa Pengiyangan, Pande Wayan Jaman di Banjar Abuan Kangin Desa Abuan.

Dorongan Eksternal (*External Force*)

Manusia sebagai makhluk sosial memang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan dengan statusnya sebagai makhluk individual, sehingga berbagai jenis tindak tanduknya dapat dipengaruhi oleh kekuatan yang berada di luar dirinya yaitu lingkungan sekitarnya. Sebagai makhluk adaptif dan transformatif, Jalaludin (2012) menyatakan memang sangat wajar manusia terpengaruh oleh kondisi lingkungannya jika ingin menjadikannya sebagai faktor yang dapat menguntungkan dirinya. Jika diabaikan, maka keberadaan komunitas di sekitarnya hanya menjadi sumber daya yang kurang mampu memberikan manfaat apalagi penghasilan. Sebagai makhluk sosial yang berakal, petualang, penilai serta berperasaan peka maka manusia selalu ingin memenuhi kebutuhan pribadinya bahkan orang lainnya. Walaupun demikian, tetap saja harus selalu dapat menyesuaikan diri dengan pribadi lain di lingkungannya melalui kemampuan menilai "kehendak orang lain" maupun keharusan untuk "menjalani peran yang diterimanya" (Markus dan Kitayama, 1991). Oleh karena itu, aktivitas keseharian yang sifatnya sambilan itu tetapi diharapkan dapat memberilkan penghasilan tambahan agar eksistensi dirinya bisa tetap diakui. Maka semua kegiatan dan kepentingan komunitas yang ada di sekitarnya, haruslah dijadikan pedoman dalam setiap memutuskan suatu tindakan yang menguntungkan karena bermanfaat bagi lingkungan.

Pendapat tersebut ternyata menegaskan, bahwa kekuatan eksternal yang mendorong masyarakat di sembilan desa Kecamatan Susut Kabupaten Bangli dalam mengembangkan produk seni rupa dan desain terdiri atas tiga faktor yang dapat diuraikan sebagai berikut.

Adanya permintaan dari masyarakat di sekitarnya

Sebelumnya sudah dinyatakan, bahwa produksi

karya seni rupa dan desain oleh warga di sembilan desa di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli sejatinya hanya dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan sendiri saja daripada harus membeli ke pihak lain karena sifatnya regular. Kebutuhan tersebut dapat saja dibeli dari pihak lainnya, yang berarti menambah jumlah pengeluaran padahal mampu mengerjakan sendiri selain juga memang memiliki waktu untuk melakukannya. Ternyata tidak seluruh warga memiliki pemikiran yang sama, sehingga kegiatan sambilan ini berkembang menjadi aktivitas rutin juga tetapi sifatnya masih tetap sampingan. Kebutuhan yang awalnya datang hanya dari warga sedesanya saja, akhirnya berkembang menjadi kebutuhan masyarakat di luar desanya bahkan masyarakat di luar kecamatan termasuk kabupaten. Perkembangan ini menjadi semakin positif serta meningkat, karena ternyata juga mampu menjadi komoditas untuk dijual oleh warga di berbagai daerah. Lebih jauh dinyatakan, kegiatan yang dilakukan justru sudah mengarah pada pengembangan usaha sebagai mata pencaharian utama.

Berdasarkan fenomena yang berkembang tersebut, maka warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli yang menyatakan mengerjakan produk seni rupa dan desain untuk bisa memenuhi permintaan tersebut adalah: I Made Rai Widana dan I Ketut Karnawan di Banjar Apuan Kaler Desa Apuan; I Wayan Sudana di Banjar Selat Kaja Kauh dan Ni Muklun di Banjar Selat Tengah Desa Selat; I Nyoman Dirga dan I Nengah Pujana di Banjar Demulih serta Nengah Tanya di Banjar Tanggahan Tengah Desa Demulih; I Gusti Ketut Konje di Banjar Kikian dan I Wayan Sukarya di Banjar Tanggan Peken serta I Wayan Nasiman di Banjar Sulahan Desa Sulahan; Sang Nyoman Sandya di Dusun Song Landak Desa Pengiyangan; I Kadek Sudanco di Banjar Sri Batu Desa Penglumbaran; I Nengah Swasta di Banjar Abuan Kangin Desa Abuan; Nengah Subagia di Banjar Pengiyangan Kangin Desa Pengiyangan; Nengah Suradnya di Dusun Susut Kelod Desa Susut.

Adanya kegiatan masyarakat di sekitarnya

Setelah muncul permintaan yang berkelanjutan dari berbagai daerah, maka warga di desa yang merupakan wilayah Kecamatan Susut Kabupaten Bangli ini mulai mengembangkan pola pemikiran baru untuk semakin menambah minat masyarakat terhadap produk seni rupa dan desain yang dihasilkannya. Kesadaran ini tumbuh karena sudah merasa kurang cukup jika hanya menunggu datangnya permintaan saja, sehingga harus dilakukan variasi produk melalui identifikasi kebutuhan yang belum pernah diajukan sebagai permintaan. Oleh karena itu, fokus perhatian yang dilakukan selanjutnya adalah mengamati berbagai jenis kegiatan regular yang dilakukan oleh

masyarakat yang berkaitan dengan kebutuhan terhadap produk seni rupa dan desain. Hal ini tentu sesuai dengan pernyataan Jalaludin (2012) yang menjelaskan, secara kodrati manusia adalah *homo faber* (makhluk pekerja) dan *animals rationale* (makhluk yang berakal) serta *homo recentis* (makhluk yang punya perasaan peka) maupun *homo valens* (makhluk petualang) selain juga *homo mensuara* (makhluk penilai) bahkan sebagai *homo economicus* (makhluk yang selalu berkeinginan memenuhi kebutuhan termasuk *homo viatur* (makhluk yang mencari jati diri) dan *homo concorn* (makhluk yang adaptif serta transformatif).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka tidak mengherankan jika semua warga yang sudah memproduksi karya seni rupa dan desain berupaya menambah variasi produknya dengan mengamati kegiatan sehari-hari warga di sekitarnya untuk dijadikan pedoman pembuatan karya tersebut. Kondisi ini didukung pernyataan Markus dan Kitayama (1991) yang menegaskan, setiap orang harus menyesuaikan diri dengan pribadi lain di sekitarnya melalui kemampuan menilai “maksud orang lain” dan keharusan untuk “menjalani peran yang diberikan kepada dirinya”. Warga yang membuat produk seni rupa dan desain atas dasar kegiatan yang memang dilakukan oleh warga sekitarnya seperti: I Nengah Sayang, I Nyoman Dirga, Jro Mangku Yadnya, I Ketut Tantri di Banjar Demulih serta Nengah Tanya di Banjar Tanggahan Tengah Desa Demulih; I Nengah Ada dan I Wayan Sukarya di Desa Pekraman Tanggahan Peken; Gusti Pekak Polos di Banjar Malet Gusti, Bapa Kembar di Banjar Kembang Merta, I Nengah Suta di Banjar Penglumbaran Kauh dan I Kadek Sudanco di Banjar Sri Batu Desa Penglumbaran; I Wayan Sudana, I Ketut Sila di Banjar Selat Kaja Kauh, Ni Muklun di Banjar Selat Tengah serta I Nyoman Kandra di Banjar Selat Peken Desa Selat; I Ketut Rena di Banjar Lenjong, I Wayan Margi di Banjar Malet Tengah, Wayan Pageh di Banjar Tiga, I Nyoman Terima di Banjar Temaga, I Made Lugra, I Nyoman Tiari, I Nengah Sumerdi dan I Wayan Mahardika di Banjar Kayu Amba Desa Tiga; I Nengah Suasta, Nyoman Sekar, I Wayan Tagel dan I Wayan Nasiman di Banjar Sulahan, I Dewa Ayu Tirtawati, I Dewa Gede Ngidep dan I Gusti Ketut Konje di Banjar Kikian, Made Yuni-antari, I Nengah Mekel di Banjar Lumbuan, Wayan Suardana di Banjar Tanggan Peken Desa Sulahan; Sang Nyoman Sandiya di Banjar Song Landak dan Nengah Subagia di Banjar Pengiyangan Kangin Desa Pengiyangan; Pande Wayan Jaman dan I Nengah Swasta di Banjar Abuan Kangin Desa Abuan; I Made Rai Widana dan I Ketut Karnawan di Banjar Apuan Kaler Desa Apuan; Nengah Suradnya di Banjar Susut Kelod Desa Susut.

Adanya perkembangan kegiatan pariwisata

Manusia sebagai makhluk pekerja, berakal, petualang, penilai, punya perasaan peka yang selalu berkeinginan memenuhi kebutuhannya dan makhluk yang mencari jati diri maupun makhluk yang adaptif serta transformatif (Jalaludin, 2012) maka setiap perkembangan di sekitarnya yang dianggap menguntungkan selalu dimanfaatkannya untuk memperoleh nilai tambah melalui produk yang dihasilkan. Begitu juga dengan adanya perkembangan pariwisata di Bali yang berimbas ke Kabupaten Bangli, mau tidak mau berkembang juga di Kecamatan Susut. Adanya dorongan dari berbagai pihak yang begitu gencar, memicu dan memacu semangat warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli untuk memproduksi karya seni rupa dan desain yang semakin variatif serta menjadi kebutuhan penting bagi wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Hal ini membangkitkan antusiasme serta sikap positif yang pragmatis sekaligus ideologis, bukan saja untuk kepentingan dirinya sendiri tetapi juga daerahnya yang harus lebih maju daripada sebelumnya. Oleh karena itu, prinsip pembuatan produk seni rupa dan desain sudah diarahkan pada kebutuhan para wisatawan selain kebutuhan sendiri serta permintaan warga di sekitarnya termasuk hanya untuk ekspresi diri saja.

Sejatinya tidak seluruhnya berorientasi kepada pariwisata, karena masih ada yang berpegang pada prinsip awal tetapi tidak menutup peluang untuk dijadikan komoditas di bidang pariwisata tersebut. Artinya, produk yang sudah dihasilkannya dapat saja menjadi konsumsi wisatawan sepanjang memang diminati karena produk tersebut bukanlah dibuat semata-mata untuk kepentingan pariwisata tersebut. Sejumlah warga memang ada yang menyatakan memanfaatkan tumbuhnya aktivitas pariwisata itu, diantaranya: I Nengah Suasta dan Nyoman Sekar di Banjar Sulahan, I Dewa Ayu Tirtawati di Banjar Kikian, Made Yuniantari di Banjar Lumbuan, Wayan Suardana dan I Wayan Sukarya di Banjar Tanggan Peken Desa Sulahan; Sang Nyoman Sandya di Dusun Song Landak Desa Pengiyangan; I Wayan Margi di Banjar Malet Tengah, Wayan Pageh di Banjar Tiga dan I Ketut Rena di Banjar Lenjong Desa Tiga; I Ketut Karnawan, I Made Rai Widana di Banjar Apuan Kaler Desa Apuan; Nengan Tanya di Banjar Tanggahan Tengah, I Nengah Pujana, I Nengah Sayang dan I Nyoman Dirga di Banjar Demulih Desa Demulih; Ni Muklun di Banjar Selat Tengah Desa Selat; I Kadek Sudanco di Banjar Sri Batu, Gusti Pekak Polos di Banjar Malet Gusti Desa Penglumbaran; I Nengah Swasta di Banjar Abuan Kangin Desa Abuan; I Nengah Ada di Desa Pekraman Tanggahan Peken; serta I Wayan Sudana di Banjar Selat kaja Kauh Desa Selat.

Variasi Karya Seni Rupa dan Desain

Setelah diuraikan tentang faktor penggugah pengembangan produk seni rupa dan desain tersebut, maka selanjutnya dijabarkan variasi produk seni rupa dan desain berdasarkan bahan yang digunakan oleh warga di sembilan desa Kecamatan Susut Kabupaten Bangli. Oleh karena itu, variasi produk seni rupa dan desain tersebut diuraikan sebagai berikut.

Produk Seni Rupa dan Desain Berbahan Kayu dan Kombinasinya

Warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli Provinsi Bali yang menghasilkan berbagai jenis produk seni rupa dan desain berbahan kayu dengan berbagai jenis kombinasinya, seperti:

Topeng dengan berbagai jenis modelnya

Bahan dasar produk ini adalah kayu, dikombinasi dengan berbagai jenis bahan lainnya. Awalnya, produk ini dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pertunjukan yang sifatnya sakral tetapi juga hiburan. Setelah cukup populer, difungsikan juga sebagai aksesoris di berbagai tempat agar tampil lebih indah. Produk ini dikerjakan oleh I Nengah Ada yang tinggal di Desa Pekraman Tanggahan Peken dan I Nengah Sayang di Banjar Demulih Desa Demulih (Gambar 4).

Ukiran dengan berbagai jenis variasinya

Produk ini juga berbahan dasar kayu, walaupun saat ini sudah bisa dikerjakan dengan bahan lainnya karena berkembangnya teknologi cetak. Hanya saja, warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli ini masih mayoritas memakai bahan kayu. Produk jenis ini, dimaksudkan untuk memenuhi berbagai jenis kebutuhan yang tujuan utamanya adalah memperindah tampilan suatu objek visual. Karya seni rupa dan desain jenis ukiran seperti ini sudah dikerjakan oleh Gusti Pekak Polos di Banjar Malet Gusti Desa Penglumbaran, I Wayan Sudana di Banjar Selat Kaja Kauh Desa Selat (Gambar 5), I Made Rai Widana di Banjar Apuan Kaler Desa Apuan (Gambar 6) dan I Nyoman Dirga di Banjar Demulih Desa Demulih.

Sanggah dengan berbagai jenis kelengkapan lainnya Berbagai jenis produk seni rupa dan desain berupa sanggah memang berbahan dasar kayu, khususnya kayuangka yang dikombinasikan dengan berbagai jenis bahan lainnya untuk bagian atap serta dasar pijakannya. Sanggah selalu ada di setiap rumah tangga yang beragama Hindu, sebagai tanda mereka menjalankan keyakinannya. Warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli yang mengerjakan produk sanggah ini adalah I Nengah Suta di Banjar Demulih Desa Demulih, I Gusti Ketut Konje di Banjar Kikian Desa Sulahan dan Gusti Pekak Polos di Banjar Malet Gusti Desa Penglumbaran (Gambar 7).



Gambar 4. Produk topeng karya I Nengah Sayang.



Gambar 5. Produk ukiran karya I Wayan Sudana



Gambar 6. Workshop I Made Rai Wiradana (kiri) dan I Nyoman Dirga (kanan)

Bade dan berbagai jenis kelengkapan lainnya

Keterampilan membuat bade sebagai perlengkapan ngaben merupakan warisan untuk dilanjutkan seterusnya, tanpa melalui pendidikan secara khusus karena hanya dengan melihat serta mengerjakan mulai dari jenis yang paling mudah sampai akhirnya mampu mengerjakan seluruh bagian bade tersebut. Produk jenis ini akan terus dibutuhkan, karena mayoritas umat Hindu di Bali khususnya masih melaksanakan upacara ngaben sehingga sangat menjanjikan sebagai lapangan pekerjaan. Warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli yang mengerjakan produk jenis ini adalah I Ketut Tantri dan Jro Mangku Yadnya di Banjar Demulih Desa Demulih (Gambar 8).

Sarung keris dengan berbagai jenis polanya

Produk seni rupa dan desain yang berbahan kayu dan dihasilkan oleh beberapa warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli ada yang berupa sarung keris, karena pembuatan keris cenderung dikerjakan oleh individu yang khusus memiliki keterampilan serta alat di bidang pekerjaan besi saja. Produk sarung keris ini, hanya dihasilkan oleh I Ketut Rena di Banjar Lenjong Desa Tiga.

Produk Seni Rupa dan Desain Berbahan Bambu dan Kombinasinya

Warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli juga mengerjakan produk seni rupa dan desain berbahan bambu yang dikombinasikan dengan bahan lainnya,

tetapi mayoritas hanya berupa anyaman saja sehingga belum ada produk seni rupa serta desain memakai bahan bambu yang utuh. Produk seni rupa serta desain yang dihasilkan, dapat dijabarkan sebagai berikut.

Keben dan kompek dengan berbagai jenis fungsinya

Jenis karya seni rupa dan desain yang berupa keben dan kompek, dibuat dengan bahan anyaman bambu yang dikombinasi dengan bahan lainnya. Produk jenis ini, memang juga dibutuhkan untuk kegiatan sehari-hari termasuk juga untuk kegiatan upacara agama serta adat. Berdasarkan karakteristik kebutuhan tersebut, maka banyak warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli yang memproduksinya karena kebutuhan semakin berkembang untuk konsumsi wisatawan. Produk jenis ini, dikerjakan oleh I Nengah Suasta di Banjar Sulahan Desa Sulahan, I Dewa Ayu Tirtawati di Banjar Kikian Desa Sulahan dan Wayan Suardana di Banjar Tanggan Peken Desa Sulahan (Gambar 10).

Kepe dan penarak dengan berbagai jenis variasinya

Seperti produk anyaman lainnya, jenis karya seni rupa dan desain berupa kepe maupun penarak ini juga merupakan kebutuhan sehari-hari warga di Kecamatan Susut kabupaten Bangli selain juga untuk upacara agama termasuk adat. Produk ini, dikerjakan oleh Made Yuniantari di Banjar Lumbuan Desa Sulahan dan I Dewa Ayu Tirtawati di Banjar Kikian Desa Sulahan (Gambar 11).

Topi dan bedeg dengan berbagai jenis desainnya

Produk yang berupa topi dikombinasi dengan bahan lainnya, sedangkan produk bedeg hanya menggunakan bahan anyaman bambu saja. Produk jenis ini, selain memang untuk kebutuhan sendiri serta warga di sekitarnya juga diminati oleh wisatawan sehingga besar peluangnya menjadi komoditas ekspor. Oleh karena itu, warga yang mengerjakan juga banyak seperti Sang Nyoman Sandya di Banjar Song Landak Desa Pengiyangan, I Wayan Margi di Banjar Malet Tengah dan Wayan Pageh di Banjar Tiga Desa Tiga, Bapa Kembar di Banjar Kembang Merta Desa Penglumbaran, Wayan Suardana di Banjar Tanggan Peken Desa Sulahan, Nyoman Sekar di Banjar Sulahan Desa Sulahan (Gambar 12).

Kurungan dengan berbagai jenis polanya

Produk seni rupa dan desain jenis kurungan ini, lebih populer untuk pemeliharaan ternak berupa ayam yang secara khusus untuk ayam aduan karena memang mudah menemukan di berbagai tempat. Sangat sedikit masyarakat yang mengetahui, bahwa produk ini juga digunakan dalam prosesi upacara adat



Gambar 7. Produk sanggah karya Gusti Pekak Polos (kiri) dan I Gusti Ketut Konje (kanan)



Gambar 8. Produk bade karya I Ketut Tantri (kiri) dan Jro Mangku Yadnya (kanan)

upacara tiga bulanan dan sekarang bahkan dipakai sebagai aksesoris di dalam suatu ruangan. Bahan bakunya berupa anyaman bambu, tetapi dikombinasi juga dengan bahan lainnya yang sejenis seperti rotan. Beberapa warga yang berdomisili di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli mengerjakan jenis produk ini adalah I Nyoman Terima di Banjar Temaga Desa Tiga (Gambar 13).

Produk Seni Rupa dan Desain Berbahan Emas dan Perak serta Kombinasi

Warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli yang mengerjakan produk seni rupa dan desain berbahan emas dan perak serta berbagai jenis kombinasinya, karena mempelajari keterampilan tersebut dari pengerajin lain di daerah Gianyar. Tanpa memiliki inisiatif itu sangat mustahil memiliki keterampilan, karena tidak ada pendidikan formalnya apalagi peralatannya tergolong spesifik. Produk seni rupa dan desain yang berbahan emas serta perak maupun yang dikombinasi dengan berbagai jenis bahan lainnya, digunakan sebagai perlengkapan dalam upacara agama termasuk adat bahkan kebutuhan sehari-hari. Produk yang dihasilkan oleh Warga di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli, dapat dirinci sebagai berikut.

Cincin dan anting-anting serta lainnya

Pada umumnya, produk ini seluruhnya dibuat dari bahan emas tetapi ada juga yang murni memakai bahan perak saja dan yang dibuat dengan kombinasi emas serta perak. Produk berbahan emas dan perak ini, ada yang berupa cincin dan anting-anting karena memang menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Walaupun merupakan kebutuhan sehari-hari, dapat juga digunakan sebagai perlengkapan upacara agama serta adat yang dikategorikan sebagai upacara pada tingkatan manusia (*Manusa Yadnya*). Produk jenis ini, dihasilkan oleh I Ketut Karnawan di Banjar Apuan Kaler Desa Apuan dan Nengah Tanya di Banjar Tanggahan Tengah Desa Demulih serta I Wayan Sukarya di Banjar Tanggan Peken Desa Sulahan (Gambar 14).

Sanguku dan canting serta lainnya

Produk jenis ini mayoritas menggunakan bahan perak, tetapi ada juga yang dikombinasi dengan emas sesuai kebutuhan pemakainya. Produk berupa sangku serta canting, sangat umum dijadikan sebagai perlengkapan di tempat persembahyangan sehingga tidak dapat digunakan sebagai peralatan sehari-hari. Jika diinginkan dapat digunakan untuk kegiatan sehari-hari, maka harus dipisahkan den-



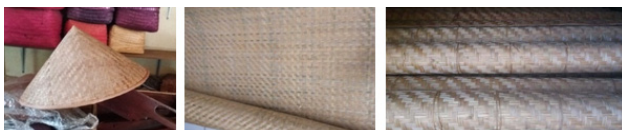
Gambar 9. Produk sarung keris karya I Ketut Rena



Gambar 10. Produk karya I Dewa Ayu Tirtawati (kiri) dan Wayan Suardana (kanan)



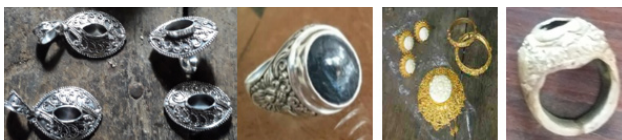
Gambar 11. Karya kepe Made Yuniantari (kiri) dan penarak I Dewa Ayu Tirtawati (kanan)



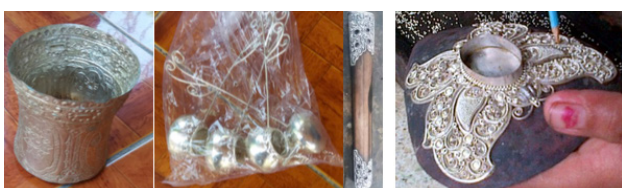
Gambar 12. Karya Wayan Suardana (kiri), Nyoman Sekar (tengah) dan Wayan Pageh (kanan).



Gambar 13. Produk kurungan I Nyoman Terima.



Gambar 14. Karya I Ketut Karnawan (kiri); Nengah Tanya (tengah) dan I Wayan Sukarya (kanan).



Gambar 15. Karya I Wayan Sukarya (kiri) dan I Ketut Karmawan (kanan).

gan perlengkapan yang khusus dipakai di tempat persembahyangan. Produk jenis ini dihasilkan oleh I Wayan Sukarya di Banjar Tanggan Peken Desa Sulahan dan I Ketut Karnawan di Banjar Apuan Kaler Desa Apuan (Gambar 15).

Produk Seni Rupa dan Desain Berbahan Besi dan Kombinasinya

Aktivitas masyarakat sehari-hari yang memang membutuhkan peralatan kerja terbuat dari besi, maka pembuatan produk jenis ini tidak pernah berhenti dilakukan. Apalagi saat ini, sangat sedikit anggota masyarakat yang masih memiliki keterampilan jenis ini sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup usaha. Produk jenis ini, umumnya hanya digunakan untuk membantu kegiatan sehari-hari tetapi di lingkungan masyarakat adat juga dijadikan perlengkapan untuk melaksanakan upacara agama maupun adat. Warga yang berdomisili di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli, menghasilkan jenis produk sebagai berikut.

Alat pemotong dengan berbagai jenisnya

Terbatasnya jenis produk yang dihasilkan oleh warga di Kecamatan Susut Kabuapten Bali ini, kemungkinan disebabkan oleh penguasaan keterampilan yang diperoleh dari proses regenerasi karena memang tidak ada pendidikan formalnya. Selain itu, teknologi yang digunakan kurang berkembang sehingga tidak berpeluang memproduksi jenis lain selain yang sudah biasa diproduksi dan menjadi konsumsi berkelanjutan warga sekitarnya. Warga yang masih memproduksi produk jenis ini adalah: Pande Wayan Jaman di Banjar Abuan Kangin Desa Abuan; I Wayan Tagel di Banjar Sulahan dan I Nengah Melkel di Banjar Lumbuan serta I Dewa Gede Ngidep di Banjar Kikian Desa Sulahan (Gambar 16).

Produk Seni Rupa dan Desain Berbahan Benang dan Kombinasinya

Pembuatan produk jenis ini cukup rumit dan prosesnya panjang, sehingga sangat jarang yang berminat mengembangkannya walaupun ditunjang oleh adanya pendidikan formal yang khusus mengajarkan teknik pembuatannya. Oleh karena itu, warga yang tinggal di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli kurang meminatinya. Seorang warga yang mampu mengerjakan produk ini, berasal dari Desa Sidemen Kabupaten Klungkung yang menikah dengan warga di Banjar Selat Tengah Desa Selat. Keterampilan yang sudah dimilikinya sejak remaja tersebut, dilanjutkan setelah menikah dan tinggal di Kecamatan Susut. Jenis produk yang mampu dihasilkannya, dijabarkan sebagai berikut.

Kain tenun cagcag dan kombinasinya

Produk jenis ini sudah diproduksi oleh Ni Muklun, se-

jak menjadi warga di Banjar Selat Tengah Desa Selat Kecamatan Susut Kabupaten Bangli. Keterampilan ini sudah dikuasai sejak tinggal bersama keluarganya di Desa Sidemen Kabupaten Klungkung, sehingga ada kesempatan melanjutkan dengan sistem upahan karena semua bahan serta peralatan yang digunakan diberikan oleh pengusaha yang berdomisili di Kabupaten Klungkung. Ketika dilakukan pengumpulan data tentang tenun cagcag ini, tidak berhasil didokumentasi jenis produk yang sudah dihasilkannya. Oleh karena itu, disajikan contoh produk tenun cagcag yang dihasilkan warga Desa Sidemen Kabupaten Klungkung sebagai gambaran bahwa ini adalah karakteristik tenun cagcag yang diproduksi di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli (Gambar 17).

Produk Seni Rupa dan Desain Berbahan Kanvas dan Kombinasinya

Sebagian dari warga Kecamatan Susut Kabupaten Bangli, memproduksi karya seni rupa dan desain untuk tujuan ekspresi diri. Bahan yang digunakan berupa kertas, kain khusus yang diproses menjadi kanvas dan bahan lainnya sebagai pelengkap. Keterampilan ini dapat dimiliki secara otodidak, karena merupakan pengembangan bakat dan minat tetapi dapat juga ditingkatkan melalui pendidikan formal setingkat sekolah menengah atas serta perguruan tinggi. Kemampuan memproduksi produk ini, awalnya hanya untuk memenuhi kebutuhan sendiri sebagai media ekspresi diri tetapi dapat diminati juga oleh masyarakat di sekitarnya sehingga menjadi lapangan pekerjaan yang mendatangkan hasil untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Produk jenis ini yang dihasilkan oleh masyarakat di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli, disebutkan sebagai berikut.

Lukisan dengan berbagai jenis temanya

Produk jenis ini, variasinya sangat banyak dan hanya dihasilkan oleh I Nengah Pujana di Banjar Demulih Desa Demulih yang pernah mengenyam pendidikan formal di Program Studi Seni Rupa Murni PSSRD Universitas Udayana (sekarang menjadi Program Studi Seni Rupa Murni di Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar) pada tahun 1990. Setelah tamat, lebih menekuni membuat gambar potret sampai sekarang dan hasil karyanya kebanyakan dipasarkan di Pasar Seni Sukawati Gianyar. Contoh hasil karyanya disajikan pada Gambar 18 di bawah ini.

Produk Seni Rupa dan Desain Berbahan Akar Tanaman

Kecamatan Susut Kabupaten Bangli, merupakan daerah penghasil bambu yang populer di Bali. Berbagai daerah di Bali sangat mengenal baik kualitas bambu yang dihasilkan desa ini, sehingga segala je-



Gambar 16. Karya I Wayan Tagel (kiri) dan I Dewa Gede Ngidep (kanan).



Gambar 17. Contoh tenun cagcag warga Desa Sidemen (Dok: Putu Nuri, 2018).



Gambar 18. Salah satu karya I Nengah Pujana.



Gambar 19. Sejumlah karya ciptaan I Kadek Sudanco yang berbahan akar bambu.



Gambar 20. Workshop dan produk wig yang dihasilkan.



Gambar 21. Karya I Nyoman Tiari (kiri) dan I Wayan Mahardika (kanan).

nis kebutuhan bambu didatangkan dari daerah ini. Kuantitas bambu yang ditebang tidak terhitung banyaknya, tetapi akarnya ternyata masih tetap didiamkan di dalam tanah. Seorang warga yang melihat fakta ini, tergerak untuk memanfaatkannya karena diketahui memiliki tampilan yang unik sehingga dipakai sebagai bahan membuat produk seni rupa dan desain. Produk yang dihasilkan, dapat dijelaskan sebagai berikut.

Aksesoris interior dan eksterior

Warga di Banjar Sri Batu Desa Penglumbaran yang bernama I Kadek Sudanco, tergelitik hatinya untuk memanfaatkan akar bambu yang berlimpah di desanya menjadi produk seni rupa dan desain. Akar bambu ini masih tertanam begitu saja di area perkebunan bambu, sehingga menimbulkan kesan kurang aman dan kotor serta membatasi pemanfaatan lahan di kebun tersebut. Awalnya tidak ada yang menghiraukan, karena belum terpikir manfaat akar bambu tersebut. Sejak tahun 1990, I Kadek Sudanco berinisiatif memanfaatkannya sebagai bahan kerajinan sesuai dengan konsep estetika yang dimilikinya. Banyak produk seni rupa yang berhasil diciptakannya, sehingga berkembang sampai sekarang dijadikan sebagai usaha kerajinan. Produk jenis ini, dapat dimanfaatkan sebagai cenderamata untuk menghiasi lingkungan di dalam maupun di luar rumah (Gambar 19).

Produk Seni Rupa dan Desain Berbahan Rambut dan Kombinasinya

Cukup banyak produk seni rupa dan desain yang dibuat dari bahan rambut, tetapi bukan sebagai bahan utamanya karena hanya merupakan unsur pelengkap saja. Berbeda halnya dengan produk seni rupa dan desain ini, yang memang merupakan bahan utama dan untuk kebutuhan utama walaupun dapat dikategorikan sebagai pelengkap juga. Kehadiran jenis produk ini, diawali oleh seorang warganegara Swiss bernama Orlando Bessi yang sangat membutuhkan kelengkapan produk untuk kepentingan di bidang film dan teater. Mulai tahun 1998, usaha produksi karya berbahan rambut ini telah dikembangkan di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli. Jenis produk yang dihasilkan, dapat diuraikan sebagai berikut.

Wig atau rambut palsu

Produk ini dikerjakan oleh I Nengah Swasta di Banjar Abuan Kangin Desa Abuan, yang dibantu oleh sejumlah warga ada di desanya. Produk jenis ini memang difokuskan untuk memenuhi kebutuhan profesi di bidang film dan teater, tetapi banyak juga masyarakat yang membutuhkan untuk membuat tampilan lebih variatif atau memang membutuhkan karena rambut di kepala sudah tidak tumbuh lagi. Gambar 20 menampilkan lingkungan kerja pembuatan wig ini, tetapi produknya hanya didokumentasi

dari jarak jauh saja.

Produk Seni Rupa dan Desain Berbahan Pasir dan Semen serta Kombinasinya

Bahan lainnya yang juga digunakan sebagai pembuat produk seni rupa dan desain adalah beton, hasil pencampuran pasir dan semen serta jenis lainnya. Jenis bahan ini digunakan sebagai upaya mengatasi kelangkaan jenis bahan lain yang umumnya digunakan, apalagi waktu pengadaannya sering terbatas dan harga sudah semakin mahal. Selain itu, variasi keterampilan yang dimiliki oleh warga di sembilan desa di Kecamatan Susut sudah cukup berkembang sehingga penggunaan campuran pasir dan semen ini menjadi alternatif solusi pengadaan bahan yang lebih mudah. Jenis produk yang dapat dihasilkan menggunakan jenis bahan ini, dapat digambarkan sebagai berikut. Patung dengan berbagai jenis karakteristiknya

Produk seni rupa dan desain berupa patung, yang dapat dihasilkan memakai bahan beton menjadi semakin banyak diproduksi. Alternatif baru ini bukan semata-mata disebabkan oleh langka dan mahal nya bahan padas serta kayu, tetapi ada pemikiran untuk membuat produk yang lebih tahan lama dari kerusakan yang disebabkan oleh karakteristik bahan padas dan kayu serta lingkungan yang tidak terhindarkan. Warga di Kecamatan Susut yang memproduksi karya seni rupa dan desain jenis ini yaitu I Made Lugra, I Nyoman Tiari dan I Wayan Mahardika yang tinggal di Banjar Kayu Amba Desa (Gambar 21).

Ukiran dengan berbagai jenis fungsinya

Kemampuan mengukir pada tingkat mahir, tidak lagi hanya tergantung pada jenis bahan yang sifatnya lembut seperti kayu sehingga dapat juga dilakukan pada jenis bahan beton. Mengukir pada jenis bahan beton memang lebih sulit dibandingkan dengan jenis bahan yang sifatnya lembut seperti kayu, tetapi lebih mudah dibandingkan dengan batu karena memiliki sifat lebih padat daripada beton maka dibutuhkan keterampilan tingkat mahir. Produk seni rupa dan desain jenis ini, sudah diproduksi oleh Nengah Subagia di Dusun Pengiyangan Kangin Desa Pengiyangan, I Nengah Sumerdi di Banjar Kayu Amba Desa Tiga dan I Wayan Nasiman di Banjar Sulahan Desa Sulahan (Gambar 22).

Produk Seni Rupa dan Desain Berbahan Pasir Melela dan Kombinasinya

Upaya warga Kecamatan Susut untuk menghasilkan produk seni rupa dan desain dengan bahan yang berbeda juga cukup tinggi, padahal sudah diketahui bahwa pasir laut dikenal dengan sebutan pasir melela sangat tidak layak digunakan sebagai bahan bangunan. Pada kenyataannya, pasir jenis ini cukup bagus digunakan sebagai bahan produk seni rupa dan



Gambar 22. Karya I Nengah Sumerdi (kiri) dan Nengah Suradnya (kanan).



Gambar 23. Karya I Nyoman Kandra (kiri) dan Nengah Suradnya (kanan).



Gambar 24. Ukiran pasir melesa karya I Ketut Sila.



Gambar 25. Karya UD. Mogi Sarwa Asih (kiri) dan I Nyoman Selamat (kanan).

desain sehingga semakin berkembang penggunaannya. Jenis produk yang sudah berhasil diproduksi, disebutkan sebagai berikut.

Ukiran dengan berbagai jenis polanya

Produk yang sudah mampu dihasilkan oleh warga di sembilan desa di Kecamatan Susut, diantaranya berupa ukiran yang digunakan sebagai elemen penghias pada setiap bidang objek visual untuk ditingkatkan nilai estetikanya. Produk jenis ini sudah dihasilkan oleh I Nyoman Kandra di Banjar Selat Peken Desa Selat, Nengah Suradnya di Dusun Susut Kelod Desa Susut (Gambar 23) dan I Ketut Sila di Banjar Selat Kaja Kauh Desa Selat (Gambar 24).

Produk Seni Rupa dan Desain Berbahan Batu Alam dan Kombinasinya

Jenis bahan lain yang juga sudah umum dimanfaatkan untuk pembuatan karya seni rupa dan desain, berupa batu alam yang mayoritas didapatkan dari Provinsi Bali berasal dari Kabupaten Karangasem dan banyak juga yang didatangkan dari luar daerah Bali. Bahan jenis ini juga dimaksudkan untuk membuat karya seni rupa dan desain yang lebih mampu bertahan lama, sehingga jangka waktu renovasi lebih lama dibandingkan dengan bahan yang mudah kropos maupun abrasi oleh cuaca daerah tropis ini. Jenis karya seni rupa dan desain yang sudah dapat dihasilkan memakai bahan batu alam ini, umumnya terdiri atas beberapa model sebagai berikut.

Pelinggih dan jenis elemen lainnya

Jenis produk ini memang sudah merupakan kebutuhan dasar setiap rumah tangga yang beragama Hindu yang berkeluarga, sehingga menjadi komoditas menguntungkan banyak pihak. Warga Kecamatan Susut yang mengerjakannya yaitu: I Wayan Nasiman di Banjar Sulahan Desa Sulahan. Model produk yang biasanya dikerjakan, seperti hasil produksi UD Mogi Sarwa Asih dan I Nyoman Selamat di Kabupaten Karangasem (Gambar 25).

PENUTUP

Berdasarkan uraian pada setiap deskripsi tentang faktor penggugah serta variasi produk seni rupa dan desain di Kecamatan Susut Kabupaten Bangli, dapat dijabarkan beberapa simpulan dan saran sebagai berikut.

SIMPULAN

Adapun simpulan yang dapat diuraikan pada bagian ini, berkaitan dengan fokus bahasan sebagai berikut. Faktor penggugah terciptanya produk seni rupa dan desain di sembilan desa yang berada di Kecamatan

Susut Kabupaten Bangli dapat disebutkan dalam dua kategori yaitu: 1) adanya pendorong yang bersumber dari internal setiap personal di daerah tersebut berupa: (a) bakat yang dimilikinya; (b) keinginan memiliki keterampilan lain; (c) sebagai media ekspresi diri; dan (d) memperoleh penghasilan tambahan; 2) adanya kekuatan di luar diri setiap personal tersebut yang berupa: (a) permintaan langsung dari masyarakat di sekitarnya; (b) kegiatan masyarakat di sekitarnya yang membutuhkan jenis produk seni rupa dan desain; serta (c) perkembangan pariwisata yang cukup pesat di Kabupaten Bangli khususnya dan Provinsi Bali Umumnya.

Variasi produk seni rupa dan desain yang mampu dihasilkan terdiri atas: 1) produk berbahan kayu dengan berbagai jenis kombinasinya berupa: (a) tope-ang, (b) ukiran, (c) Sanggah, (d) Bade dan (e) sarung keris; 2) produk berbahan bambu dengan beberapa jenis kombinasinya berupa: (a) keben dan kompek, (b) kepe dan penarak, (d) topi dan bedeg, maupun (e) kurungan; 3) produk berbahan emas dan perak serta sejumlah kombinasinya yaitu: (a) cincin dan anting-anting serta lainnya, maupun (b) sangku dan cacing serta lainnya; 3) produk berbahan besi dan kombinasinya adalah: (a) alat pemotong dengan berbagai jenisnya; 4) produk berbahan benang dan kombinasinya berupa: (a) kain tenun cagcag dan kombinasinya; 5) produk yang bahannya kanvas serta kombinasinya berbentuk: (a) lukisan; 6) produk berbahan akar tanaman berupa: (a) aksesoris interior dan eksterior; 7) produk yang bahannya rambut dan kombinasinya yaitu: (a) wig atau rambut palsu; 8) produk berbahan pasir dan semen serta kombinasinya berupa: (a) patung dan ukiran; 9) produk yang berbahan pasir melela dan kombinasinya adalah: (a) ukiran; dan 10) produk yang berbahan batu alam dan kombinasinya yaitu: (a) pelinggih dan lainnya.

SARAN

Sejumlah saran yang dapat diuraikan pada artikel ini, dimaksudkan untuk mempertegas tindakan yang perlu diimplementasikan dalam rangka pelestarian keterampilan, produk serta pengembangan jenis keterampilan bahkan produk yang berpeluang diciptakan lagi. Oleh karena itu, saran yang dimaksud dijabarkan sebagai berikut.

Perangkat banjar, desa bahkan kecamatan di wilayah Kecamatan Susut Kabupaten Bangli perlu menyusun program pembinaan berkelanjutan kepada masyarakat agar berupaya melestarikan keterampilan yang dimilikinya tetapi tidak dapat diperoleh melalui proses pendidikan formal sehingga eksistensi produk

yang dihasilkan dapat berkelanjutan;

Sebagai penerus pola pemerintahan kerajaan, Pemkab Bangli sewajarnya memiliki pola kebijakan serupa dalam upaya menemukan peluang berkembangnya beberapa keterampilan dan produk baru di lingkungan masyarakat desa yang menjadi daerah pemerintahannya sehingga tidak hanya semata-mata berstatus sebagai pembina saja tetapi juga menjadi institusi penggagas lahirnya generasi baru dengan keterampilan baru yang tidak disadari dimiliki oleh warga tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Adam, M. 2007. *Self and Social Change*. New York: Sage Publication Ltd.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangli. 2018. Kecamatan Susut Dalam Angka 2018. <https://banglikab.bps.go.id/publication>.
- Ericsson, A. Dalam Sunarto dan Hartono. 2002. *Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Geertz, Clifford. 1992. *Tafsir Kebudayaan*. (Pentri) Fransisco Budi Hardiman. Yogyakarta: Kanisius.
- Gerya, I Wayan. 2008. *Transformasi Kebudayaan Memasuki Abad XXI*. Surabaya: Paramita.
- Hall, C. S. dan Gardner, L. 1993. *Teori Holistik (Organismik Fenomenologis)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hollingworth, L. *Gifted Children: Their Nature and Nature*, dalam Putra, S. R. 2013. *Panduan Pendidikan Berbakat Siswa: Optimalisasi Minat dan Bakat Anak*. Yogyakarta: Diva Press.
- Jalaludin. 2012. *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Junaidi, I. 2011. *Mencetak Anak Unggul*. Yogyakarta: CV. Andy Offset.
- Khasinah, S. 2013. Hakikat Manusia Menurut Pandangan Islam dan Barat. *Jurnal Ilmiah Didaktika*. Volume 13 Nomor 2: 296 – 317.
- Magetsari, Norhadi. 1996. *Local Genius dalam Kehidupan Beragama dalam Kepribadian Kebudayaan Bangsa*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Markus, H.Z. dan Kitayama, S. 1991. Culture and Self: Implication for Cognition, Emotion and Motivation. *Psychological Review*: 98 (2) 224 – 253.
- Mikarsa, H. L. 2007. *Pendidikan Anak SD*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Matsumoto, D. 2008. *Pengantar Psikologi Lintas Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mulyana, D. dan J. Rakhmat. 2006. *Komunikasi Antar Budaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Bandung: Rosdakarya.
- Munandar, U. 1999. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rohmah, N. 2012. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Teras.
- Sarwono, S. W. 2013. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saputra, I. 2017. Nama Kecamatan dan Desa yang Ada di Kabupaten Bangli Bali. <https://mynameis8.wordpress.com>. Akses: 15 Januari 2018.
- Suartaya, K. 2005. Budaya Global Menerjang, Kesenian Bali Meradang. Bali Post Online. Denpasar: 8 Oktober 2005.
- Susanti, E. 2011. Meningkatkan Kreativitas Siswa dalam Berpikir Kreatif pada Mata Pelajaran MTK Materi Pecahan dengan Menggunakan Metode Open Ended di Kelas V SD Bahrul Ulum. Surabaya: IAIN.
- Kecamatan Susut. 2019. Profil Kecamatan Susut. <http://susut.banglikab.go.id/index>. Akses: 20 Februari 2019.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam realisasi tulisan ini, sehingga berhasil diselesaikan dan diterbitkan pada jurnal ISI Denpasar.

Struktur dan Makna Iklan Susu Formula di Media Televisi

Alit Kumala Dewi, Artayasa I Nyoman

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Seni Indonesia Denpasar

kumalaisidps@gmail.com

Iklan televisi masuk dalam kategori media *above the line*, karena informasi yang disebarkan bersifat serempak dan luas. setiap iklan di media televisi memiliki konsep yang berbeda untuk memenangkan pangsa pasar. Salah satu iklan televisi yang menarik perhatian adalah iklan produk susu formula, dimana antara produsen susu formula, ada dua *brand* yang terkenal dan merupakan perusahaan besar di Indonesia, yakni SGM dan Dancow. Kedua *brand* tersebut selalu menayangkan iklan yang unik dengan konsep yang berbeda, yang tentu saja memiliki makna yang berbeda pula. Kedua iklan tersebut, memiliki struktur yang di dalamnya terdiri dari unsur visual dan audio, unsur-unsur tersebut saling mengikat, menciptakan makna tertentu. Fokus kajian dalam penelitian ini yakni mendeskripsikan secara analitis struktur serta makna yang terkandung dalam iklan susu formula SGM dan Dancow. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif interpretatif, dengan melibatkan pendekatan periklanan dan semiotika Roland Barthes. Manfaat dari penelitian untuk membuka wawasan dalam memahami struktur dan makna iklan di media televisi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa penerapan unsur visual dan unsur audio pada kedua iklan memiliki beberapa persamaan dan perbedaan yang signifikan. Unsur-unsur tersebut sangat bergantung pada pertimbangan logika realitas maupun kebutuhan naratif (cerita). Sedangkan makna yang ada dibalik kedua iklan memiliki perbedaan, iklan televisi SGM lebih menonjolkan tentang karakter ideal anak usia dini, sedangkan iklan televisi Dancow lebih menawarkan persepsi baru, mencoba membantah mitos seputar anak yang beredar di tengah masyarakat.

Kata Kunci: Unsur-Unsur, Makna, Iklan Televisi, Produk Susu Formula

Television advertisements are categorized in the above the line media, because the information disseminated is simultaneous and broad. Every advertisement on television media has a different concept to win market share. One of the most interesting television commercials is the advertisement of formula milk products, which among the producers of formula milk, there are two well-known brands and large companies in Indonesia, namely SGM and Dancow. Both brands always display unique ads with different concepts, which of course have different meanings. Both of these advertisements have a structure which consists of visual and audio elements, these elements are mutually binding, creating a certain meaning. The focus of the study in this study was to describe analytically the structure and meaning contained in the advertisements of SGM and Dancow formula milk. This study applies interpretive qualitative methods, involving Roland Barthes's advertising and semiotic approaches. Benefits of research to open insights in understanding the structure and meaning of advertising on television media. The results of this study found that the application of visual elements and audio elements in both advertisements had several significant similarities and differences. These elements are very dependent on the consideration of the logic of reality and the need for narratives (stories). While the meaning behind the two advertisements is different, SGM television advertisements highlight more about the ideal character of early childhood, while the Dancow television adverts offer new perceptions, trying to refute the myths surrounding children circulating in the community.

Keywords: Elements, Meanings, Television Advertisements, Formula Dairy Products

Proses review : 1 - 20 Juni 2019, dinyatakan lolos 21 Juni 2019

PENDAHULUAN

Periklanan merupakan penggunaan media oleh perusahaan atau perseorangan untuk menginformasikan produk, baik berupa barang dan jasa yang bertujuan untuk penjualan langsung atau pengenalan merk (*brand awareness*). Salah satu media dalam periklanan adalah melalui televisi. Dalam disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual, iklan televisi berada dalam kategori media *above the line* karena informasi yang disebarkan bersifat serempak dan luas, keunggulannya ada pada kemampuan repetisi yang tinggi dan dapat menampilkan pesan multimedia yang terlihat realistik sehingga dapat mempertajam ingatan dalam benak audiens.

Media televisi dinilai lebih baik dalam mengkomunikasikan sebuah iklan dibandingkan media radio dan media cetak seperti koran, brosur, billboard. Hal tersebut dapat dipahami, karena tampilan televisi dianggap lebih menarik dengan keunggulan audio visualnya yang mengedepankan informasi, hiburan, dan pendidikan atau gabungan dari semuanya. Seperti yang diketahui, semakin hari jumlah produk dan merk yang diiklankan melalui televisi mengalami peningkatan, hal ini mengakibatkan persaingan yang begitu ketat. Masing-masing berusaha keras mengatur siasat dengan meningkatkan kreativitas dan ide-ide yang inovatif untuk mengungguli para pesaingnya, yang tidak hanya ada pada kategori produk yang berbeda, namun juga ada dalam kategori jenis produk yang sama.

Salah satu iklan televisi yang menarik perhatian adalah iklan produk susu formula, yang kini dapat dijumpai dengan mudah dan tampilannya beragam dalam tayangan televisi nasional. Fenomena penggunaan susu formula sebagai pengganti air susu ibu (ASI) semakin meningkat dari waktu ke waktu. Tren ini bisa dilacak melalui survei nasional lima tahunan atau Survei Kesehatan Dasar Indonesia (SDKI) selama dua dekade belakangan. Pada 1997, angka yang tercatat hanya sekitar 10 persen, lima tahun berikutnya meningkat menjadi 17 persen, kemudian menjadi 28 persen pada 2006, dan terakhir yang terbit pada 2013 menunjukkan 29 persen.

Indonesia menempati urutan ketiga sebagai negara konsumen susu formula di dunia setelah Tiongkok dan Vietnam. Menurut Euromonitor, badan riset independen strategi pemasaran berbasis di London, penjualan susu formula di Indonesia pada 2012 mencapai 222 ton, dengan 27 ton di antaranya adalah penjualan susu formula untuk bayi usia 0 sampai 6 bulan. Jika dikonversi menjadi rupiah, pencapaiannya menembus angka Rp21,5 triliun. Sementara dua perusahaan multinasional yang menempati puncak

penjualan tertinggi adalah Nestle dengan produk Dancow dan Sarihusada lewat SGM.

Bukti lain atas meningkatnya konsumsi susu formula untuk bayi hingga anak batita (bawah tiga tahun) di Indonesia adalah tingginya angka penjualan susu formula. Sebuah riset yang diterbitkan tahun lalu oleh jurnal kesehatan bergengsi *The Lancet* menyebut bahwa pasar susu formula meroket sebesar 94 persen selama periode 2004-2014, atau senilai 240 juta dolar AS (sekitar Rp3,2 triliun). Angka ini lebih dari dua kali lipat dari [pertumbuhan pasar di Vietnam](#), yaitu 110 juta dolar AS (Rp1,5 triliun). Sementara itu, [artikel Tirto](#) yang terbit pada 2 Agustus 2016 menyebut belanja iklan TV susu formula untuk bayi dengan usia lebih dari enam bulan menembus angka sekitar Rp2,1 triliun, dengan gempuran iklan mencapai 73,4 ribu spot iklan. (<https://tirto.id/klaim-susu-formulanbspbelum-terbukti-bikin-anak-sehat-cz1B>, diakses 10/5/2018)

Iklan susu formula di media televisi menciptakan preferensi dan diferensiasi, tidak hanya untuk mengungguli pangsa pasar, namun juga untuk bertahan dalam persaingan global. Adanya persaingan tersebut, memicu para pembuat iklan untuk menempuh berbagai cara agar iklan itu mendapatkan perhatian dari calon pembelinya, hal ini mengakibatkan makin beragamnya kreativitas dalam pembuatan dan menyajikan iklan. Di antara produsen susu formula, ada dua *brand* yang terkenal dan merupakan perusahaan besar di Indonesia, yakni SGM dan Dancow. Kedua *brand* tersebut selalu menayangkan iklan-iklan unik dengan konsep yang berbeda, yang tentu saja memiliki makna yang berbeda pula. Kedua iklan susu formula tersebut, memiliki struktur yang di dalamnya terdiri dari unsur visual dan audio, kedua unsur tersebut saling mengikat sehingga menciptakan makna tertentu. Fokus kajian dalam penelitian ini yakni menganalisis struktur serta makna yang terkandung dalam iklan susu formula SGM dan Dancow secara komprehensif

Adapun tujuan dan manfaat penelitian ini adalah untuk memberi penjabaran dan gambaran sehingga membuka wawasan serta pengetahuan dalam memahami struktur serta makna yang terkandung dalam iklan susu formula SGM dan Dancow di media televisi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif interpretatif dengan pendekatan analisis teks dan kontekstual. Analisis Teksual yaitu analisis yang memandang bahwa sebuah wacana terdiri atas bentuk dan makna, maka hubungan antar bagian wacana dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu hubungan bentuk yang disebut kohesi dan hubungan

makna atau hubungan semantis yang disebut koherensi. Teks dapat dipahami sebagai suatu rangkaian pernyataan bahasa secara terstruktur. Analisis tekstual adalah analisis wacana yang bertumpu secara internal pada teks yang dikaji. Sedangkan Analisis Kontekstual yaitu analisis wacana yang mengkaji tentang aspek-aspek internal wacana dan segala sesuatu yang secara eksternal melingkupi sebuah wacana. Analisis kontekstual bertumpu pada teks yang dikaji berdasarkan konteks eksternal yang melingkupinya, baik konteks situasi maupun konteks kultural. (Sumarlam, 2004:87). Data-data yang dihasilkan dari penelitian bersifat deskriptif dengan mengaplikasikan metode induktif sebagai langkah-langkah dalam menganalisis permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah berupa cuplikan atau *capture* dari rekaman tayangan iklan susu formula di media televisi, dan *unduhan* dari aplikasi *youtube*. Adapun iklan susu formula yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah iklan televisi susu formula SGM Eksplor Presinutrisi + (tema: berangkat sekolah) dan Dancow Advanced Excelnutri + (tema: “iya boleh”), karena dua *brand* multinasional tersebut menempati pucuk penjualan tertinggi. Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah data yang berupa dokumen seperti buku, jurnal, artikel, surat kabar cetak maupun online mengenai iklan anak dan segala sesuatu yang memiliki relevansinya dengan topik penelitian.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu metode observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik rekam dan simak. Ada beberapa langkah dalam proses pengumpulan data. Langkah pertama, melakukan observasi pada beberapa iklan susu formula di beberapa stasiun TV nasional, selanjutnya menentukan atau memilih iklan susu formula sebagai objek penelitian. Langkah kedua, melakukan dokumentasi dengan teknik rekam terhadap iklan anak yang telah terpilih sebagai objek penelitian. Langkah ketiga, kembali menyimak dan mengamati objek penelitian yang kemudian didokumentasikan (*breakdown*) berupa potongan-potongan gambar/adegan/*scene* yang dapat menunjukkan jalan cerita iklan. Langkah terakhir mengklasifikasikan data berdasarkan tampilan visualnya

Tahap analisis diawali dengan mengidentifikasi terlebih dahulu iklan yang dipilih sebagai objek penelitian. Kemudian mendeskripsikan dan *break down* struktur iklan ke dalam unsur visual dan unsur audio. Dalam penelitian ini tidak semua *scene* dianalisis, hanya beberapa *scene* yang dianggap mewakili

dan relevan dalam menjawab permasalahan penelitian. Analisis struktur iklan menggunakan teori yang diperkenalkan oleh *Rossiter & Percy*. Sedangkan untuk menganalisis makna, menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes.

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Struktur dan Makna Iklan Televisi SGM Eksplor Presinutrisi + (tema: berangkat sekolah)

Adegan Pertama



Pada adegan pertama ini menampilkan beberapa anak bersama ibunya sedang menuju ke suatu tempat. Adegan ini berlangsung selama 10 detik pada tayangan iklan. Pada adegan ini, struktur iklan akan dijabarkan ke dalam unsur visual dan unsur audionya yaitu:

Unsur Visual

Seen Words : Terdapat logo SGM mendominasi pada awal tampilan iklan, hal tersebut ingin menunjukkan bahwa iklan ini merupakan perwakilan dari *brand* SGM.

Picture : Terdapat beberapa ibu dan anak sedang menuju ke sebuah tempat, dengan fokus pada anak berbaju merah dengan ekspresi ceria sedang mengajak anak lainnya yang terlihat takut. Latar berada pada jalan *berpaving*, di depan sebuah papan nama bertuliskan “Paud Bintang Kejora”, dapat diidentifikasi bahwa anak dan ibu tersebut ingin masuk ke dalam bangunan sekolah PAUD

Colour: Meski terdapat banyak warna yang muncul pada adegan ini, namun warna yang paling menonjol adalah warna merah dari baju jenis polo yang dikenakan oleh salah satu model anak yang menjadi pemeran utamanya, model yang merepresentasikan produk SGM dengan *colour identity* yang sama.

Movement : Gerakan yang ada atau terlihat pada tayangan iklan yang dapat mempengaruhi emosi untuk larut didalamnya adalah gerakan saat anak berbaju merah yang dengan percaya diri dan rasa peduli mengajak anak lainnya yang terlihat takut atau malu, tengah berlindung memeluk ibunya. Mengajaknya bersama-sama memasuki gedung sekolah PAUD. *Movement* dalam adegan tersebut dapat diidentifikasi bahwa secara tidak langsung membandingkan anak yang mewakili *brand* SGM (mengkonsumsi susu SGM) memiliki kemampuan melebihi anak

yang tidak mengkonsumsi susu SGM

Unsur Audio

Background music masih tetap dimainkan, namun pada adegan ini terdapat dialog yang dapat didengar. Dialog yang terdengar pada adegan ini bersumber dari model utama, anak laki-laki kecil yang berkata pada ibunya, “Aku nanti punya banyak teman!”, dialog saat melihat anak lain “Jangan takut, masuk yuk!”. Dialog juga bersumber dari narator, “Senangnya melihat si kecil mudah berteman”, tujuan dari dialog narator adalah untuk memberi penekanan dan menyimpulkan esensi dari adegan yang telah berlangsung

Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos

Denotasi

Pada adegan pertama, yang terdiri dari empat *scene* terlihat beberapa sosok anak dan ibunya sedang menuju ke sebuah tempat dengan papan nama bertuliskan *paud bintang kejora*. Dalam perjalanan, sosok anak berbaju merah sedang berdialog dengan ibunya, seketika melihat seorang anak yang enggan beranjak dari ibunya. Anak berbaju merah langsung mengajak dan menggandeng tangan anak tersebut dan bersama-sama ke tempat tujuan

Konotasi

Dari keempat *scene*, dapat diidentifikasi bahwa tingkah laku sosok anak berbaju merah tersebut merupakan wujud karakter anak yang pemberani, percaya diri dan peduli terhadap lingkungan sekitarnya.

Mitos

Anak yang ideal adalah anak yang memiliki karakter berani dan percaya diri serta tanggap dan peduli terhadap sesamanya

Adegan Kedua



Adegan kedua ini menampilkan beberapa anak berada di sebuah ruangan, dimana terbangun interaksi antara guru dan murid. Adegan ini berlangsung selama 7 detik pada tayangan iklan. Pada adegan ini, struktur iklan akan dijabarkan ke dalam unsur visual dan unsur audionya yaitu:

Unsur Visual

Seen Words : Pada tayangan adegan ini (detik ke 00:15), terdapat tanda dengan ilustrasi lampu menyalakan dan di bawahnya bertuliskan Minyak ikan dan omega 3, tayangan itu mencoba mengaitkan antara tindakan si anak (cerdas) dengan nutrisi yang menyebabkan atau mendukung tindakan itu. Minyak ikan dan omega 3 secara umum dipercaya dapat membantu perkembangan otak anak.

Picture : Terdapat beberapa anak sedang berada di sebuah ruangan tertutup bersama seorang perempuan dewasa. Latar menunjukkan seting ruang kelas PAUD, dapat diidentifikasi dari properti yang ada di sekeliling ruangan tersebut, terdapat beberapa poster bergambar untuk anak-anak yang menghiasi dinding, lantai ditutup dengan karpet karet dan wallpaper yang bernuansa warna-warni. Sedangkan berdasarkan ruangan, perempuan dewasa tersebut dapat diidentifikasi berperan sebagai guru.

Colour: Dari sekian warna yang terdapat dalam adegan, warna yang masih paling menonjol adalah warna merah dari baju jenis polo yang dikenakan oleh salah satu model anak yang menjadi pemeran utamanya, model yang merepresentasikan produk SGM dengan *colour identity* yang sama.

Movement : Gerakan yang ada atau terlihat pada tayangan iklan yang dapat megerakkan perasaan adalah saat model utama, anak berbaju merah tersebut dengan sigap mengangkat tangan untuk merespon pertanyaan dari gurunya, anak tersebut dengan percaya dirinya dan lancarnya bercerita tentang pengalamannya, sedangkan anak yang lain hanya duduk terdiam. Gerakan yang lain adalah saat ibu dari anak yang lain memegang bahu ibu dari anak berbaju merah, keduanya saling pandang dan tersenyum, seakan mengakui kecerdasan dari anak berbaju merah tersebut. Dari adegan ini, dapat diidentifikasi bahwa tayangan iklan secara tidak langsung membandingkan keunggulan karakter anak yang mengkonsumsi susu SGM dengan karakter anak pada umumnya

Unsur Audio

Background music masih tetap dimainkan, namun pada adegan ini terdapat dialog yang dapat didengar. Dialog yang terdengar pada adegan ini, bersumber dari sosok pemeran guru, “Siapa yang mau bercerita?”, disahut dengan cepat oleh anak berbaju merah dengan dialog “Akuuu! Kemarin aku berenang... tanganku sampai keriput..kayak jeruk!”. Dialog dalam adegan ini diakhiri oleh narator, “Iya juga berani berekspresi”, sama halnya dengan adegan pertama, narator dalam adegan kedua juga memberikan penekanan, menyimpulkan esensi dari adegan yang telah berlangsung.

Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos

Denotasi

Pada adegan ketiga ini, terlihat di sebuah ruang dapur atau ruang makan, sosok ibu yang memberikan anaknya segelas susu, dilanjutkan dengan tayangan nutrisi serta produk SGM dengan kemasannya. Adegan ditutup dengan ekspresi tersenyum anak sambil memegang gelas susu yang kosong

Konotasi

Berdasarkan tanda berupa ekspresi anak yang tersenyum dan gelas susu yang kosong, dapat diinterpretasikan bahwa anak tersebut merasa senang dan menyukai rasa dari susu SGM

Mitos (-)

Adegan Ketiga



Adegan ketiga menampilkan sosok ibu yang memberikan anaknya segelas susu, diikuti dengan ekspresi bahagia anak saat menghabiskan susunya tersebut. Adegan ini berlangsung selama 7 detik pada tayangan iklan. Pada adegan ini, struktur iklan akan dijabarkan ke dalam unsur visual dan unsur audionya yaitu:

Unsur Visual

Seen Words : Pada adegan ini (detik ke 00:23), terdapat model utama yang sedang meminum susu, terdapat ilustrasi mengitari anak tersebut (efek animasi), dengan masing-masing keterangannya. Adegan ini diidentifikasi untuk memperkenalkan komposisi atau nutrisi yang terkandung dalam susu SGM yang di klaim sebagai nutrisi penting untuk perkembangan anak

Picture : Pada tampilan iklan, terlihat adegan antara ibu dan anak di sebuah ruangan. Latar berada pada adegan tersebut, dapat diidentifikasi dari properti yang ada di sekeliling ruangan tersebut, terdapat beberapa properti seperti kulkas, bak cuci piring, *kitchen set*, kursi dan meja makan, semua itu menunjukkan seting ruang dapur atau ruang makan. Di detik ke 00:26 ditampilkan kotak susu SGM secara utuh, kehadirannya sebagai penekanan bahwa yang diminum oleh anak berbaju merah (berperan sebagai model utama) tersebut tidak lain adalah susu SGM, tampilan kotak susu tersebut juga sekaligus memperkenalkan kemasan susu SGM yang baru (tertulis pada kotak susu).

Colour: Sama halnya dengan adegan yang sebelumnya, warna yang paling menonjol adalah warna merah, dari pakaian anak. Walaupun anak dalam iklan sudah berganti baju, dari baju jenis polo menjadi *T'shirt*, tetap saja warna merah tidak ditinggalkan (ada pada kedua lengan baju). Anak tersebut selalu menggunakan warna merah yang senada dengan *colour identity* produk SGM, karena dalam hal ini anak berperan sebagai *endorse* produk SGM

Movement: Gerakan yakni dalam hal akting yang menarik pada adegan ini adalah saat ibu menyondorkan susu, kemudian anak tersebut langsung mengh-

abiskan, diakhiri dengan ekspresi tersenyum bahagia atau puas, dapat diidentifikasi bahwa anak menyukai rasa dari susu SGM.

Unsur *Audio*

Dengan diiringi background *music*, dialog yang terdengar pada adegan ini, bersumber dari narator, "Bantu lengkapi nutrisinya dengan SGM Eksplor Presinutri₊, dengan minyak ikan, omega 3, plus nutrisi penting lainnya", berdasarkan dialog tersebut, narator memberikan sebuah anjuran sekaligus menginformasikan kelebihan (nutrisi) yang ada dalam susu SGM

Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos

Denotasi

Pada adegan keempat ini, mengambil latar di ruang tidur, diikuti aksi sosok anak yang memasuki ruangan, berpakaian rapi sambil menggendong tas, diikuti dengan dialog "Bun Sekolah Yuk!"

Konotasi

Dari keempat scene yang ditayangkan, tingkah laku anak menunjukkan wujud dari karakter anak yang mandiri

Mitos

Anak yang ideal adalah anak yang memiliki karakter mandiri

Adegan Keempat



Adegan keempat menampilkan anak yang sudah berpakaian lengkap, dengan semangatnya membangunkan orangtuanya untuk diajak ke sekolah, adegan ini berlangsung selama 4 detik pada tayangan iklan. Pada adegan ini, struktur iklan akan dijabarkan ke dalam unsur visual dan unsur audionya yaitu:

Unsur Visual

Seen Words : Pada adegan ini (detik ke 00:32), yang merupakan bagian akhir tampilan iklan, terdapat *closing word* yang berbunyi "Jadikan Dunia Sahabatnya, SGM Eksplor, jadikan dunia sahabatnya". Kalimat yang sama diulang dua kali, untuk memberikan penekanan dan memberikan kesimpulan dari keseluruhan adegan iklan.

Picture : Pada tampilan iklan, terlihat adegan anak yang memasuki sebuah ruangan, dimana kedua orangtuanya sedang tidur lelap. Latar berada pada adegan tersebut, dapat diidentifikasi dari properti yang ada di sekeliling ruangan tersebut, terdapat beberapa properti seperti tempat tidur lengkap dengan

kasur, bantal, selimut. Di sisinya terdapat meja berlaci berukuran kecil, semua itu jelas menunjukkan seting kamar tidur. Seting waktu juga dapat diidentifikasi dari jam yang terletak di atas meja, menunjukkan angka 3:50, yang berarti seting waktu yang ditunjukkan adalah dini hari. Selain itu, pada akhir tayangan iklan, di sisi kanan bawah menampilkan kemasan atau kotak dari produk SGM, hal ini bertujuan untuk memberikan efek *recall* atau mengingat kembali produk yang ditawarkan iklan.

Colour: Warna yang menonjol pada adegan ini adalah warna putih yang bersumber dari pakaian pemeran pembantu (orangtua), yang memberikan kontras pada warna ruangan yang cenderung gelap (dini hari). Warna putih juga bersumber dari pakaian anak pemeran utama, jenis baju yang digunakan sama dengan adegan sebelumnya, namun motif berbeda, yang tentu saja tetap tidak meninggalkan warna merah (motif garis-garis melintang) yang serupa dengan *colour identity* produk SGM

Movement: Gerakan yakni dalam hal akting yang menarik pada adegan ini adalah saat anak sudah mengenakan pakaian lengkap dengan menggendong tas, masuk ke dalam kamar tidur dan membangunkan orangtuanya, dapat diidentifikasi bahwa anak memiliki semangat yang luar biasa, dilihat dari anak tersebut menyiapkan diri untuk pergi ke sekolah tanpa bantuan orangtuanya.

Unsur Audio

Dengan diiringi *background music*, dialog yang terdengar pada adegan ini bersumber dari anak sebagai pemeran utama, "Bun, sekolah yuk". Ditutup dengan dialog dari narator, "SGM Eksplor, jadikan dunia sahabatnya". Kalimat dari narator merupakan *closing word* atau kalimat penutup yang dapat juga disebut dengan istilah slogan. Kalimat "jadikan dunia sahabatnya" termasuk dalam gaya bahasa personifikasi, mengandung arti bahwa dengan mengkonsumsi SGM, anak-anak memiliki kesiapan dan kepercayaan diri untuk menghadapi lingkungan baru, mudah beradaptasi dan tanpa merasa takut.

Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos

Denotasi

Pada adegan keempat ini, mengambil latar di ruang tidur, diikuti aksi sosok anak yang memasuki ruangan, berpakaian rapi sambil menggendong tas, diikuti dengan dialog "Bun Sekolah Yuk!"

Konotasi

Dari keempat scene yang ditayangkan, tingkah laku anak menunjukkan wujud dari karakter anak yang mandiri

Mitos

Anak yang ideal adalah anak yang memiliki karakter mandiri

Berdasarkan analisis dari keempat adegan, dapat diidentifikasi bahwa pemaknaan iklan SGM bersumber dari sosok anak berbaju merah yang hadir di sepanjang tayangan iklan. Adapun makna yang ditekankan adalah perwujudan karakter ideal dari anak usia dini, diantaranya karakter berani, percaya diri, tanggap dan peduli terhadap sesama, cerdas dan mandiri. Iklan SGM memanfaatkan mitos *anak ideal* sebagai *gimmick* untuk mempersuasi audiens

Hal tersebut terlihat dari penerapan daya tarik komparatif sebagai daya tarik iklan, dengan menampilkan secara tidak langsung perbandingan antara anak-anak pada umumnya, dengan anak yang meminum susu SGM. Iklan memperlihatkan, dalam kaitannya tingkah laku anak-anak saat berangkat pertama kali ke sekolah, anak pada umumnya akan merasa takut, malu, tidak percaya diri, ditunjukkan oleh sosok anak lain yang memeluk ibunya di depan gerbang sekolah, seakan tidak berani masuk ke zona yang menurutnya masih asing atau baru. Sedangkan anak yang mengkonsumsi susu SGM, lebih berani dan percaya diri, bahkan mengajak anak tersebut dengan berkata "Jangan takut, masuk yuk" (detik ke 00:03-00:10).

Komparatif juga diilustrasikan pada adegan di ruang kelas, saat model utama mengangkat tangannya untuk merespon atau menjawab pertanyaan dari gurunya, sedangkan anak-anak yang lain hanya duduk dan terdiam. Dapat disimpulkan bahwa iklan SGM mencoba memberi persepsi bahwa anak usia dini yang mengkonsumsi SGM memiliki tumbuh kembang yang lebih optimal berkat nutrisi penting yang terkandung di dalam produknya. Hal ini juga didukung oleh *closing word* yang berbunyi, "SGM eksplor, jadikan dunia sahabatnya" mengandung makna bahwa dengan mengkonsumsi SGM, anak-anak memiliki kesiapan dan kepercayaan diri untuk menghadapi lingkungan baru, mudah beradaptasi dan tanpa rasa takut.

Struktur dan Makna Iklan Televisi Dancow Advanced Excelnutri + (tema: "iya boleh")

Adegan Pertama



Adegan pertama menampilkan seorang ibu yang khawatir saat anaknya hendak memegang kucing

terlantar, adegan yang berlangsung selama 5 detik ini diakhiri dengan sosok ibu tersebut memperbolehkan anaknya mengambil kucing terlantar untuk dipelihara. Pada adegan ini, struktur iklan akan dijabarkan ke dalam unsur visual dan unsur audionya yaitu:

Unsur Visual

Seen Words : Pada adegan ini tidak ditampilkan teks yang dapat membangun citra produk

Picture : Pada tampilan iklan, terlihat dialog antara ibu dan anak. Diawali dengan tampilan seorang ibu yang khawatir saat anak perempuannya yang masih kecil, menghampiri sebuah kardus yang berisikan kucing yang ditelantarkan. Dengan ragu-ragu anak tersebut menanyakan, apakah dia boleh memegang kucing tersebut. Adegan diakhiri dengan menampilkan anak yang sedang memegang kucing tersebut dengan kedua tangan, karena diperbolehkan ibunya. Seting latar, berdasarkan properti yang terlihat pada tayangan iklan, dapat diidentifikasi mengambil seting di depan rumah atau di teras.

Colour: Warna yang menonjol pada adegan ini adalah warna kuning yang bersumber dari pakaian jenis *jumpsuit* yang dikenakan model anak perempuan. Dalam hal ini model anak berperan sebagai *endorse*, sehingga menggunakan *colour identity* dari produk Dancow

Movement: Gerakan yakni dalam hal akting yang menarik pada adegan ini adalah saat anak meminta ijin ibunya untuk memegang seekor kucing terlantar. Adegan tersebut dapat diidentifikasi bahwa anak ingin mengekspresikan rasa pedulinya pada hewan yang lemah.

Unsur Audio

Dengan diiringi *background music*, dialog yang terdengar pada adegan ini, diawali dengan kalimat dalam hati yang dilontarkan sosok ibu saat melihat anaknya tertarik pada kotak berisikan kucing terlantar. Dialog dilanjutkan dengan kalimat tanya dari anak “Boleh bunda?”, “Iya boleh”, sahut ibu tersebut dengan tersenyum. Ditutup dengan dialog dari sosok anak, yang kemudian memegang kucing tersebut dengan kedua tangannya “Ini teman baruku”. Fungsi dari dialog di atas untuk mendukung ekspresi yang diperlihatkan oleh kedua pemain.

Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos

Denotasi

Pada tayangan iklan di atas, terlihat dialog antara ibu dan anak, dimana sang anak meminta ijin ibunya untuk memegang kucing yang terlantar. Dilanjutkan dengan sosok ibu yang mengizinkan anaknya untuk mengambil kucing tersebut dari kardus.

Konotasi

Ekspresi yang diperlihatkan sosok ibu dapat diasumsikan sebagai rasa khawatir. Sedangkan sosok anak yang memperhatikan kucing terlantar merupakan perwujudan karakter anak yang peduli dan welas asih

Mitos

Hewan terlantar penuh dengan kuman dan kemungkinan terjangkau penyakit, Anak usia dini rentan terjangkau penyakit

Adegan Kedua



Adegan kedua, menampilkan seorang ibu yang mememani anak laki-laknya yang masih kecil bermain di sebuah taman. Adegan berlangsung selama 7 detik, struktur iklan akan dijabarkan ke dalam unsur visual dan unsur audionya yaitu:

Unsur Visual

Seen Words : Pada adegan ini tidak ditampilkan teks yang dapat membangun citra produk

Picture : Pada tampilan iklan, terlihat adegan ibu dan anaknya memasuki taman, terlihat raut wajah si ibu yang khawatir karena anaknya ingin mencoba permainan memanjat pada jalinan tali menuju tempat yang lebih tinggi. Latar berada pada adegan, dapat diidentifikasi dari properti yang ada di sekeliling ruangan, terdapat beberapa properti seperti berbagai jenis tanaman yang tertata rapi, berderet lampu-lampu kecil dipinggir jalan setapak berpaving. Lokasi tersebut dilengkapi juga dengan fasilitas permainan untuk anak-anak. Semua itu menunjukkan seting tempat atau lokasi sebuah taman bermain.

Colour: Warna yang menonjol pada adegan ini adalah warna kuning yang bersumber dari cat yang ada pada permainan di taman tersebut, selain itu warna kuning juga ada pada pakaian pemeran anak (bagian lengan baju). Seperti halnya adegan sebelumnya, warna kuning juga mewakili dari *colour identity* produk susu Dancow

Movement: Gerakan yakni dalam hal akting yang menarik pada adegan ini adalah saat anak meminta ijin kepada ibunya untuk mencoba permainan yang menantang untuk diusianya yang masih dini. Awalnya si ibu ragu, namun akhirnya membolehkannya. Adegan tersebut dapat diidentifikasi bahwa anak ingin mengeksplor kemampuannya, mencoba sesuatu yang menantang.

Unsur *Audio*

Dengan diiringi *background music*, dialog yang terdengar pada adegan ini, diawali dengan kalimat tanya dari sosok anak yang ingin mencoba permainan di taman, “boleh bunda?”. Dialog dilanjutkan dengan kalimat dalam hati ibunya, “Emangnya dia siap? Tapi makin sering aku bilang boleh...”, kalimat tersebut terpotong, saat anak berteriak “Aku tinggi”. Dialog pada adegan tersebut, menunjukkan adanya pertentangan dalam perasaan seorang ibu yang di satu sisi khawatir tentang kemampuan anaknya yang masih kecil, sedangkan di sisi lain ingin agak anaknya berani untuk mengeksplorasi lingkungan dan mencoba hal-hal yang baru.

Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos

Denotasi

Pada tayangan iklan di atas, terlihat dialog antara ibu dan anak, dimana sang anak meminta ijin ibunya untuk mencoba permainan memanjat pada jalinan tali untuk menuju ke tempat yang lebih tinggi. Tayangan diakhiri dengan sosok anak yang berhasil melampaui rintangan dalam permainan tersebut

Konotasi

Pada awal adegan, ekspresi yang diperlihatkan sosok ibu dapat diasumsikan sebagai rasa khawatir. Sedangkan sosok anak yang mencoba permainan yang menantang tersebut, dapat diasumsikan perwujudan dari karakter anak yang pemberani dan percaya diri. Tayangan diakhiri dengan sosok ibu yang menepuk tangan sambil memperlihatkan mimik wajah yang menggambarkan perasaan hati yang bahagia. Dapat diasumsikan bahwa sosok ibu merasa bahagia dan bangga karena keberhasilan anaknya melewati rintangan dalam permainan tersebut

Mitos

Anak usia dini masih lemah, rentan

Adegan Ketiga



Adegan ketiga, menampilkan seorang ibu yang menemani anak laki-lakinya yang masih kecil berkreasi dengan cat warna. Adegan ini berlangsung selama 5 detik, struktur iklan akan dijabarkan ke dalam unsur visual dan unsur audionya yaitu:

Unsur Visual

Seen Words : Pada adegan ini tidak ditampilkan teks yang dapat membangun citra produk

Picture : Pada tampilan iklan, terlihat dialog ibu dan anak, dimana anak meminta ijin kepada ibunya untuk mencelupkan tangannya ke dalam cat. Awalnya si

ibu ragu, kemudian memperbolehkannya. Tayangan iklan ditutup dengan si anak yang memperlihatkan karya cap tangan dari cat berwarna warni. Latar berada pada adegan tersebut, dapat diidentifikasi dari properti yang ada di sekeliling ruangan tersebut, terdapat beberapa properti seperti sofa, rak, meja dan kursi dari kayu. Dinding di hias beberapa gambar atau foto yang dibingkai. Semua hal tersebut menunjukkan seting lokasi ruang tamu atau ruang keluarga. *Colour*: Warna yang menonjol pada adegan ini adalah warna kuning yang bersumber dari pakaian jenis *t'shirt* yang dikenakan oleh anak laki-laki. Merupakan *tone* warna yang sama dengan *colour identity* yang dimiliki produk susu Dancow, karena dalam adegan ini, model anak laki-laki mewakili *brand* Dancow, sehingga untuk menunjukkan keterkaitan itu, digunakanlah warna yang sama.

Movement: Gerakan, yakni dalam hal akting yang menarik pada adegan ini adalah saat anak diperbolehkan untuk mengekspresikan kreativitasnya, dengan tanpa ragu dan takut (jijik) mencelupkan kedua tangannya pada cairan cat berwarna warni. Membuat karya seni dari cap tangan. Dalam hal ini dapat diidentifikasi bahwa sosok ibu mendukung kreativitas anak, walaupun pada awalnya memiliki sedikit keraguan.

Unsur *Audio*

Dengan diiringi *background music*, dialog yang terdengar pada adegan ini, diawali dengan kalimat tanya dari sosok anak yang ingin mencelupkan kedua tangannya ke dalam cat, “boleh bunda?”. Dialog dilanjutkan dengan kalimat dari ibunya, “Iya, boleh?”

Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos

Denotasi

Pada tayangan iklan di atas, terlihat dialog antara ibu dan anak, dimana sang anak meminta ijin ibunya untuk mencelupkan kedua tangannya ke dalam cat air, untuk membuat cap tangan di sebidang kertas. Tayangan diakhiri dengan ekspresi tersenyum sosok ibu saat pemeran anak menunjuk karya cap tangannya di sebidang kertas

Konotasi

Awalnya, ekspresi wajah yang diperlihatkan sosok ibu dapat diasumsikan sebagai tindakan melarang, namun tindakan tersebut diurungkan. Sedangkan sosok anak yang tanpa rasa jijik mencelupkan tangannya ke dalam cat, dapat diasumsikan perwujudan dari karakter anak yang kreatif dan berani berekspresi. Tayangan diakhiri dengan sosok ibu yang tersenyum lebar saat pemeran anak menunjuk hasil karya cap tangannya di sebidang kertas. Dapat diasumsikan bahwa sosok ibu merasa bahagia dan bangga anaknya kreatif dan berani berekspresi

Mitos

Tangan kotor identik dengan bakteri dan kuman, Berkotor-kotor tidak baik untuk anak usia dini

Adegan Keempat



Adegan keempat, menampilkan cuplikan-cuplikan dari akhir ketiga adegan yang dideskripsikan di atas. Dengan menampilkan produk Dancow dalam kemasan, sebagai penutup tayangan iklan. Adegan ini berlangsung selama 6 detik, struktur iklan akan dijabarkan ke dalam unsur visual dan unsur audionya yaitu:

Unsur Visual

Seen Words : Pada adegan ini (detik ke 00:29), yang merupakan bagian akhir tampilan iklan, terdapat *closing word* yang berbunyi “Aku dan Kau Suka Dancow, Kalimat tersebut juga merupakan *tagline* yang membangun citra di masyarakat, dapat diidentifikasi bahwa Dancow merupakan kesukaan atau favorit bersama.

Picture : Pada tampilan iklan, diawali dengan kehadiran produk dancow dengan kemasan, kemudian dilanjutkan dengan seorang anak laki-laki yang meminum susu dari gelas. Tampilan iklan dilanjutkan dengan menayangkan cuplikan dari akhir tiga adegan yang di deskripsikan sebelumnya. Pada detik ke 00:25, tampak anak dengan bangganya memperlihatkan hasil karya cap tangannya, yang disambut ekspresi kagum ibunya, di detik ke 00:26 tampak ekspresi bahagia seorang ibu yang menyaksikan anaknya berhasil melewati rintangan dalam permainan yang terdapat di taman. Detik ke 00:27, tampak ibu dan anak sedang menyayangi kucing terlantar yang mereka pungut di depan rumah. Tayangan iklan ditutup dengan kembali memperlihatkan produk dancow bersama kemasannya, namun kali ini dengan variasi umur yang berbeda. Dari keseluruhan adegan keempat, dapat diidentifikasi bahwa, iklan ingin menunjukkan manfaat positif yang dapat dirasakan saat seorang ibu memperbolehkan anaknya untuk bebas berekspresi dan bereksplorasi.

Colour: Warna yang menonjol pada adegan keempat ini adalah warna kuning yang bersumber dari pakaian keempat pemeran atau model anak, dimana keempat anak tersebut merupakan *endorse* atau to-

koh yang mewakili produk Dancow.

Movement: Gerakan yakni dalam hal acting yang menarik pada adegan ini, ada pada tampilan cuplikan yang diidentifikasi menunjukkan atau mewakili keberhasilan anak dalam kreativitas (karya seni cap tangan), ketangguhan anak melewati rintangan (permainan di taman), Welas asih atau kepedulian anak pada hewan yang terlantar

Unsur Audio

Dengan diiringi *background music*, dialog yang terdengar pada adegan ini, bersumber dari narator, “Jangan takut bilang *iya boleh* bunda, karena si kecil terlindungi”. Kalimat dari narator tersebut diidentifikasi sebagai kalimat informatif, dimana menerangkan posisi produk (Dancow) sebagai pemecah masalah (kekhawatiran ibu).

Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos

Denotasi

Pada tayangan iklan di atas, terlihat beberapa cuplikan adegan antara ibu dan anak, merupakan tampilan akhir dari tiga adegan yang ditampilkan iklan. Terlihat sosok anak yang memperlihatkan hasil karyanya, diikuti dengan respon ibu yang mengucupkan tangannya. Pada *scene* selanjutnya, nampak sosok ibu dan anak yang mengadu telapak tangan (*toss*) dan di *scene* yang berbeda, terlihat seorang ibu yang memangku seekor kucing, diikuti sosok anak yang mengelus kepala kucing.

Konotasi

Ekspresi yang ditampilkan dari ketiga sosok ibu tersebut dapat diinterpretasi wujud kebahagiaan dan kebanggaan terhadap pencapaian yang diraih oleh sosok pemeran anak.

Mitos (-)

Berdasarkan analisis dari keempat adegan, dapat diidentifikasi bahwa pemaknaan iklan Dancow bersumber dari interaksi antara ibu dan anak yang ditampilkan dalam iklan. Adapun makna yang ditekankan adalah perubahan persepsi orangtua (ibu), dengan memberikan anak kebebasan berekspresi dan bereksplorasi. Iklan Dancow mencoba mengubah persepsi orangtua yang pada umumnya terlalu melindungi anak (*overprotected*) dengan selalu melarang atau membatasi tindakan anak. Mencoba membantah mitos-mitos yang dapat secara langsung menghambat kreativitas dan kebebasan anak untuk berekspresi dan bereksplorasi, seperti *berkotor-kotor tidak baik untuk anak usia dini, anak usia dini cenderung lemah dan rentan terhadap penyakit dll*.

Mengubah persepsi para orangtua (ibu), dengan cara menawarkan persepsi baru bahwa memberikan kebebasan (membolehkan) anak untuk berek-

spresi dan *explore*, dapat mengoptimalkan tumbuh kembang dan menumbuhkan sisi positif yang ada dalam diri anak. Hal ini digambarkan pada iklan dengan menampilkan beberapa adegan, diantaranya anak dapat mengekspresikan rasa kasih sayang dan kepeduliannya terhadap makhluk lemah (dalam iklan ditampilkan seorang anak perempuan yang merasa kasihan pada kucing terlantar dan berkeinginan untuk merawatnya, detik ke 00:01-00:08), anak dapat mengekspresikan keberanian untuk mengeksplor lingkungan sekitar (dalam iklan ditampilkan seorang anak laki-laki yang mencoba permainan memanjat melalui jaring-jaring menuju tempat yang lebih tinggi, detik ke 00:09-00:16), anak dapat mengekspresikan kreativitasnya dalam hal berkese-nian (dalam iklan ditampilkan seorang anak kecil yang mencelupkan kedua telapak tangannya ke dalam cat untuk menghasilkan cap tangan yang berane-ka warna pada selembar kertas, detik ke 00:16-00:21). Iklan menunjukkan produk dancow sebagai pemecah masalah, dapat dilihat pada *closing word* yang berbunyi “Jangan takut bilang *iya bunda*, karena si kecil terlindungi” (detik ke 00:25-00:29). Hal tersebut memberikan pemaknaan, bahwa para ibu tidak perlu merasa khawatir untuk memberikan anak kebebasan berekspresi dan mengeksplor lingkungan sekitarnya, karena dancow dengan kandungan nutrisinya dapat melindungi (memenuhi nutrisi) anak dari pengaruh buruk (berkaitan dengan kesehatan) yang kemungkinan ada di lingkungannya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, struktur iklan dapat dijabarkan ke dalam unsur visual (*Seen Words, Picture, Colour, Movement*) dan unsur audio (*heard word*), yang mana ada beberapa simpulan yang didapat dari kedua iklan susu formula di media televisi, diantaranya:

Unsur Visual

Seen Words, pada kedua iklan susu formula diidentifikasi berupa logo, teks pendukung ilustrasi yang berfungsi untuk memperkenalkan kandungan nutrisi yang terdapat dalam produk yang diiklankan. Intensitas kehadiran *seen words* pada kedua iklan sangat berbeda, iklan SGM lebih banyak menampilkan *seen words*, sedangkan penggunaan *seen words* pada iklan Dancow hanya ada pada akhir tayangan iklan berupa *tagline* yang singkat, sederhana, terdengar menarik dan berirama, di dalamnya terdapat musikalitas pengucapan. Dalam kedua iklan, *seen words* berperan untuk meningkatkan *brand awareness*, membangkitkan perasaan dan kesan yang baik sehingga meningkatkan nilai produk

Picture, unsur ini diidentifikasi berupa figur atau model, properti, latar tempat dan waktu serta adegan yang ditampilkan. Dari kedua iklan, dapat diidentifikasi bahwa keduanya memiliki persamaan, yakni sama-sama menggunakan dua model utama, yang berperan sebagai sosok anak dan model wanita dewasa yang berperan sebagai sosok ibu. Kedua iklan juga menggambarkan adegan kebersamaan dan keharmonisan seorang ibu dan anak dalam kehidupan keseharian. Hal ini mempengaruhi properti dan latar yang diatur sedemikian rupa, sehingga meyakinkan audiens bahwa seluruh adegan atau peristiwa dalam iklan benar-benar terjadi dalam lokasi dan latar waktu yang sesungguhnya.

Colour, pada tampilan kedua iklan, warna diidentifikasi sebagai perwakilan dari produk yang diiklankan. Model anak dalam kedua iklan selalu menggunakan *colour identity* dari produk yang diiklankan. Hal ini dapat dilihat dari warna atau motif pakaian yang dikenakan, yakni warna merah untuk menunjukkan *colour identity brand* SGM, sedangkan warna kuning menunjukkan *colour identity brand* Dancow

Movement, unsur ini berfungsi untuk memotivasi dan memegang peran kunci untuk menggerakkan atau menghidupkan narasi iklan. Pergerakan model atau figur selalu dibatasi dan disesuaikan dengan tuntutan cerita. Pada tampilan kedua iklan, *movement* selalu dikaitkan dengan kebutuhan psikologis para ibu yang menginginkan masa depan yang lebih baik bagi sang anak. Ada perbedaan yang mendasar pada kedua iklan, dapat diidentifikasi bahwa iklan SGM lebih menampilkan sisi keunggulan produk dengan cara komparatif, iklan SGM secara tidak langsung membandingkan keunggulan karakter anak yang mengkonsumsi susu SGM dengan karakter anak pada umumnya. Sedangkan Dancow lebih menampilkan bagaimana sisi positif dari memberikan kebebasan anak untuk berekspresi dan bereksplorasi, dengan kehadiran produk Dancow sebagai pemecah masalah.

Unsur Audio pada tampilan kedua iklan, cenderung menggunakan *music background*, dialog percakapan yang bersumber dari model iklan dan narator. Selain berfungsi untuk membangun suasana atau *mood*, juga untuk menjelaskan esensi dari adegan, dan mengkomunikasikan nilai merek, manfaat atau keunggulan produk

Makna dari kedua iklan memiliki perbedaan, yakni untuk iklan SGM dapat diidentifikasi bahwa pemaknaan bersumber dari sosok anak berjaket merah yang hadir di sepanjang tayangan iklan. Adapun makna

yang ditekankan adalah perwujudan karakter ideal dari anak usia dini, diantaranya karakter berani, percaya diri, tanggap dan peduli terhadap sesama, cerdas dan mandiri. Iklan SGM memanfaatkan mitos *anak ideal* sebagai *gimmick* untuk mempersuasi audiens. Sedangkan pemaknaan iklan Dancow bersumber dari interaksi antara ibu dan anak yang ditampilkan dalam iklan. Adapun makna yang ditekankan adalah perubahan persepsi orangtua (ibu), mencoba membantah mitos seputar anak yang beredar di tengah masyarakat. Menawarkan persepsi baru, bahwa dengan memberikan anak kebebasan berekspresi dan bereksplorasi, dapat mengoptimalkan tumbuh kembang dan menumbuhkan sisi positif yang ada dalam diri anak.

DAFTAR RUJUKAN

- Barry, Pete. 2012. *The Advertising Concept Book 2nd Edition*. China: Toppan Printing.
- Belch, George E., Michael A. Belch. 2001. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. Fourth Edition*. Boston: McGraw Hill
- Burton, Graeme. 2011. *Membincangkan Televisi; Sebuah Pengantar Kajian Televisi*. Yogyakarta: Jala-sutra.
- Dancow Id. 2018. "Dancow-Ayo Berani Katakan#I-yaboleh untuk Eksplorasi pertama si Kecil". Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=Olk-MUbxZ2go>. 11 Oktober 2018.
- Iklanesia HD. 2017. "Iklan SGM Eksplor Psesinutri+ edisi Berangkat Sekolah 30s". Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=ksF2uMeF9Xc>. 11 Oktober 2018.
- Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesiatera.
- Moriarty, Sandra E. 1986. *Creative Advertising – Theory and Practice*. United States of America: Prentice-Hall.
- Moriarty, Sandra. Mitchell and Wells. 2011. *Advertising*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noviani, Ratna. 2014. *Jalan Tengah Memahami Iklan; Antara Realitas, Representasi dan Simulasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Putri, Restu. 2017. "Klaim Susu Formula Belum Terbukti Bikin Anak Sehat". Diakses dari <https://tirto.id/klaim-susu-formulanbspbelum-terbuk-ti-bikin-anak-sehat-cz1B>. 5 November 2017.
- Roman, Kenerth., Jane Maas., & Martin Nisenholtz. 2005. *How to Advertise: Membangun Merek dan Bisnis dalam Dunia Pemasaran Baru*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi Visual*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Watie, Errika. 2013. "Iklan dan Penggunaan Model Anak-anak". *Jurnal The Messenger*, Vol.5, No.2, Hal.14-17.
- Wells, William, John Burnett & Sandra Moriarty. 2000. *Advertising : Principles and Practice Fifth Edition*. United States of America: Prentice-Hall.
- Williamson, Judith. 2007. *Decoding Advertisements; Membedah Ideologi dan Makna Periklanan*. Yogyakarta : Jalasutra.

**INDEKS PENGARANG
VOLUME 23, NOMOR 1, JUNI 2019**

A.A. Gede Rai Remawa, I Wayan Mudra, I Made Radiawan,	16
Alit Kumala Dewi, Artayasa I Nyoman	32
I Gusti Ngurah Ardana, I Wayan Adnyana, I Komang Sudirga,	16
I Made Jana, I Wayan Sujana, I Ketut Muka	1
I Nengah Sudika Negara, I Made Suparta	16
I Wayan Nuriarta	11

Judul Naskah

(Singkat, Jelas, Informatif Tidak Melebihi 20 Kata)

(Font Times New Roman, Title Case, 16pt, Bold, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

Penulis Pertama¹, Penulis Kedua², dan Penulis Ketiga³

(Font Times New Roman, Title Case, 12pt, Bold, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

1. Nama Jurusan, Nama Fakultas, Nama Universitas, Alamat, Kota Kode Pos, Negara

(Font Times New Roman, Title Case, 10pt, Bold, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

2. Kelompok Penelitian, Nama Lembaga, Alamat, Kota, Kode Pos, Negara

(Font Times New Roman, Title Case, 10pt, Bold, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

E-mail : penulis@adress.com

(Font Times New Roman, Title Case, 10pt, Italic, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

Abstrak

Abstrak harus dibuat dalam bahasa Indonesia dan dalam bahasa Inggris. Abstrak bahasa Indonesia ditulis terlebih dahulu lalu diikuti abstrak dalam bahasa Inggris. Abstrak sebaiknya meringkas isi yang mencakup tujuan penelitian, metode penelitian, serta hasil analisis. Panjang abstrak tidak lebih dari 250 kata. (Font Times New Roman, 10pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Kata kunci : *Maximum empat kata (Font Times New Roman, 10pt, italic)*

Judul Dalam Bahasa Inggris

(Font Times New Roman, Title Case, 12pt, Italic, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

Abstract should be written in Indonesian and English. An English abstract comes after an Indonesian abstract. Please translate the abstract of manuscript written in English into Indonesian. The abstract should summarize the content including the aim of the research, research method, and the result in no more than 250 words (Font Times New Roman, 10pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Keywords : *Maximum of 4 words in English (Font Times New Roman, 10pt, italic)*

PENDAHULUAN

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Pada bagian pendahuluan terdiri dari latar belakang, tujuan penelitian, teori dan kontribusi hasil penelitian yang dilakukan.

Naskah ditulis dengan huruf *Times New Roman*, Ukuran 11pt, Spasi Tunggal, dan tidak ditulis bolak balik pada satu halaman. Naskah ditulis pada kertas ukuran A4 (210mm x 297mm) dengan margin atas 3,5cm, bawah 2,5cm, kiri dan kanan masing – masing 2 cm.

Panjang naskah hendaknya tidak melebihi 20 halaman termasuk gambar dan tabel.

Jika naskah jauh melebihi jumlah tersebut dianjurkan untuk menjadikannya dua naskah terpisah. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa

Inggris. Jika ditulis dalam bahasa Inggris sebaiknya telah memenuhi standar tata bahasa Inggris baku.

Penulisan *heading* dan *subheading* diawali huruf besar dan diberi nomor dengan angka Arab.

Heading dalam bahasa Inggris disusun sebagai berikut: Introduction, Method, Result and or Discussion, Conclusion, Acknowledgement (jika ada) diletakkan setelah simpulan dan Sebelum Daftar Rujukan (Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri, Spasi Tunggal)

Sebaiknya penggunaan subsubheading dihindari. Jika diperlukan, gunakan numbered out-line yang terdiri dari angka Arab. (Jarak antara paragraph satu spasi tunggal)

Kutipan dalam naskah menggunakan sistem kutipan langsung. Penggunaan catatan kaki (footnote) sedapat mungkin dihindari. Kutipan yang tidak lebih

dari 4 (empat) baris diintegrasikan dalam teks, diapit tanda kutip, sedangkan kutipan yang lebih dari 4 (empat) baris diletakkan terpisah dari teks dengan jarak 1,5 spasi tunggal, ukuran font 10pt, serta diapit oleh tanda kutip.

Setiap kutipan harus disertai dengan nama keluarga/nama belakang penulis. Jika penulis lebih dari satu orang, yang dicantumkan hanya nama keluarga penulis pertama diikuti dengan dkk. Nama keluarga atau nama belakang penulis dapat ditulis sebelum atau setelah kutipan. Ada beberapa cara penulisan kutipa. Kutipan langsung dari halaman tertentu ditulis sebagai berikut (Grimes, 2001:157). Jika yang diacu adalah pokok pikiran dari beberapa halaman, cara penulisannya adalah sebagai berikut (Grimes, 2001:98-157), atau jika yang diacu adalah pokok pikiran dan keseluruhan naskah, cara penulisannya sebagai berikut (Grimes, 2001)

METODE PENELITIAN

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Naskah ditulis dengan huruf *Times New Roman*, Ukuran 11pt, Spasi Tunggal, dan tidak ditulis bolak balik pada satu halaman.

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Naskah ditulis dengan huruf *Times New Roman*, Ukuran 11pt, Spasi Tunggal, dan tidak ditulis bolak balik pada satu halaman.

SIMPULAN

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Naskah ditulis dengan huruf *Times New Roman*, Ukuran 11pt, Spasi Tunggal, dan tidak ditulis bolak balik pada satu halaman.

DAFTAR RUJUKAN

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Satu Spasi). Penulisan daftar rujukan mengikuti format APA (*American Psychological Association*). Daftar acuan harus menggunakan naskah yang diterbitkan dalam jurnal MUDRA edisi sebelumnya. Daftar acuan diurutkan secara alfabetis berdasarkan nama keluarga/nama belakang penulis. Secara umum urutan penulisan acuan adalah nama penulis, tanda titik, judul acuan, tempat terbit, tanda titik dua, nama penerbit. Nama penulis yang dicantumkan paling banyak tiga orang. Jika lebih dari empat orang, tuliskan nama penulis utama dilanjutkan dengan

dkk. Nama keluarga Tionghoa dan Korea tidak perlu dibalik karena nama keluarga telah terletak di awal. Tahun terbit langsung diterakan setelah nama penulis agar memudahkan penelusuran kemutakhiran bahan acuan. Judul buku ditulis dengan huruf *italic*. Judul naskah jurnal atau majalah ditulis dengan huruf *regular*, diikuti dengan nama jurnal atau majalah dengan huruf *italic*. Jika penulis yang diacu menulis dua atau lebih karya dalam setahun, penulisan tahun terbit dibubuhi huruf a, b, dan seterusnya agar tidak membingungkan pembaca tentang karya yang diacu, misalnya: Miner, J.B. (2004a), Miner, J.B. (2004b). Contoh penulisan daftar acuan adalah sebagai berikut:

Acuan dari buku dengan satu, dua, dan tiga pengarang

Anderson, Benedict R.O.G. (1965), *Mythology and the Tolerance of the Javanese*, Southeast Asia Program, Departement of Studies, Cornell University, Ithaca, New York.

Bandem, I Made & Frederik Eugene DeBoer. (1995), *Balinese Dance in Transition, Kaja and Kelod*, Oxford University Press, Kuala Lumpur.

Kartodirjo, Sartono, Mawarti Djoened Poesponegoro & Nugroho Notosusanto. (1997), *Sejarah Nasional Indonesia, Jilid I*, Balai Pustaka, Jakarta.

Acuan bab dalam buku

Markus, H.R., Kitayama, S., & Heiman, R.J. (1996). Culture and basic psychological principles. Dalam E.T. Higgins & A.W. Kruglanski (Eds.); *Social psychology: Handbook of basic principles*. The Guilford Press, New York.

Buku Terjemahan

Holt, Claire. (1967), *Art in Indonesia: Continuities and Change* atau *Melacak Jejak Perkembangan Seni di Indonesia*, terjemahan R.M. Soedarsono. (2000), MSPI, Bandung.

Read, Herber. (1959), *The Meaning of Art* atau *Seni Rupa Arti dan Problematikanya*, terjemahan Soedarso Sp. (2000), Duta Wacana Press, Yogyakarta.

Beberapa buku dengan pengarang sama dalam tahun yang sama.

Dalam hal ini nama pengarang untuk sumber kedua cukup diganti dengan garis bawah sepanjang namanya, dan pada tahun penerbitan ditambah huruf latin kecil sebagai penanda urutan penerbitan.

Greenberg, Joseph H. (1957), *Essays in Linguistics*, University of Chicago Press, Chicago
_____. (1966a), *Language of Africa*,

Indiana University Press, Bloomington.

_____. (1966b), "Language Universals", *Current Trends in Linguistics* (Thomas A. Sebeok, ed.), Mouton, The Hague

Artikel dalam Ensiklopedi dan Kamus Milton, Rugoff. (tt), "Pop Art", *The Britannica Encyclopedia of American Art*, Encyclopedia Britannica Educational Corporation, Chicago.

Hamer, Frank & Janet Hamer. (1991), "Terracotta", *The potter's Dictionary of Material and Technique*, 3 Edition, A & B Black, London.

Artikel dalam Ensiklopedi dan Kamus

Milton, Rugoff. (tt), "Pop Art", *The Britannica Encyclopedia of American Art*, Encyclopedia Britannica Educational Corporation, Chicago.

Hamer, Frank & Janet Hamer. (1991), "Terracotta", *The potter's Dictionary of Material and Technique*, 3 Edition, A & B Black, London.

Acuan naskah dalam jurnal, koran, dan naskah seminar

Hotomo, Suripan Sandi. (April 1994), "Transformasi Seni Kendrung ke Wayang Krucil", dalam *SENI, Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni*, IV/02, BP ISI Yogyakarta, Yogyakarta.

Kwi Kian Gie. (4 Agustus 2004), "KKN Akar Semua Permasalahan Bangsa" *Kompas*.

Buchori Z., Imam. (2-3 Mei 1990), "Aspek Desain dalam Produk Kriya", dalam *Seminar Kriya 1990 ISI Yogyakarta*, di Hotel Ambarukmo

Acuan dari dokumen online (website/internet)

Goltz, Pat. (1 Mei 2004), *Sinichi Suzuki had a Good Idea*, But... <http://www.Seghea.com/homescool/Suzuki.html>

Wood, Enid. (1 Mei 2004), *Sinichi Suzuki 1889-1998: Violinist, Educator, Philosopher and Humanitarian, Founder of the Suzuki Method*, Sinichi Suzuki Association. <http://www.Internationalsuzuki.html>

Acuan dari jurnal

Jenet, B.L. (2006). A meta-analysis on online social behavior. *Journal of Internet Psychology*, 4. Diunduh 16 November 2006 dari <http://www.Journalofinternetpsychology.com/archives/volume4/3924.htm1>

Naskah dari Database

Henriques, J.B., & Davidson, R.J. (1991) Left frontal

hypoactivation in depression. *Journal of Abnormal Psychology*, 100, 535-545. Diunduh 16 November 2006 dari PsychINFO database

Acuan dari tugas akhir, skripsi, tesis dan disertasi

Santoso, G.A. (1993). *Faktor-faktor sosial psikologis yang berpengaruh terhadap tindakan orang tua untuk melanjutkan pendidikan anak ke sekolah lanjutan tingkat pertama (Studi lapangan di pedesaan Jawa Barat dengan analisis model persamaan struktural)*. Disertasi Doktor Program Pascasarjana Universitas Indonesia, Jakarta.

Acuan dari laporan penelitian

Villegas, M., & Tinsley, J. (2003). *Does education play a role in body image dissatisfaction?*. Laporan Penelitian, Buena Vista University.

Pusat Penelitian Kesehatan Universitas Indonesia. (2006). *Survei nasional penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba pada kelompok rumah tangga di Indonesia, 2005*. Depok: Pusat Penelitian UI dan Badan Narkotika Nasional.

Daftar Nara Sumber/Informan

Dalam hal ini yang harus disajikan adalah nama dan tahun kelahiran/usia, profesi, tempat dan tanggal diadakan wawancara. Susunan data narasumber diurutkan secara alfabetik menurut nama tokoh yang diwawancarai.

Erawan, I Nyoman (56th.), Pelukis, wawancara tanggal 21 Juni 2008 di rumahnya, Banjar Babakan, Sukawati, Gianyar, Bali.

Rudana, I Nyoman (60 th.), pemilik Museum Rudana, wawancara tanggal 30 Juni 2008 di Museum Rudana, Ubud, Bali.

Lampiran

(Font Times New Roman, Title Case, 10pt, Spasi Tunggal)

Lampiran/Appendices hanya digunakan jika benar-benar sangat diperlukan untuk mendukung naskah, misalnya kuesioner, kutipan undang-undang, transliterasi naskah, transkripsi rekaman yang dianalisis, peta, gambar, tabel/bagian hasil perhitungan analisis, atau rumus-rumus perhitungan.

Lampiran diletakkan setelah Daftar Acuan/Reference. Apabila memerlukan lebih dari satu lampiran, hendaknya diberi nomor urut dengan angka Arab.

UCAPAN TERIMAKASIH / PENGHARGAAN

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

(Jika ada) diletakkan setelah simpulan dan Sebelum Daftar Rujukan

Singkatan/Istilah/Notasi/Simbol

Penggunaan singkatan diperbolehkan, tetapi harus dituliskan secara lengkap pada saat pertama kali disebutkan, lalu dibubuhkan singkatannya dalam tanda kurung.

Istilah/kata asing atau daerah ditulis dengan huruf italic. Notasi sebaiknya ringkas dan jelas serta konsisten dengan cara penulisan yang baku. Simbol/lambang ditulis dengan jelas dan dapat dibedakan, seperti penggunaan angka 1 dan huruf l (juga angka 0 dan huruf O)

Tabel

(Font Times New Roman, 10pt, Spasi Tunggal). Judul Tabel (Font Times New Roman, 9pt, Bold, Spasi Tunggal) dan ditempatkan di atas tabel dengan format seperti terlihat pada contoh. Penomoran tabel menggunakan angka Arab. Tabel diletakkan segera setelah perujukannya dalam teks. Kerangka tabel menggunakan garis setebal 1pt. Jika judul pada setiap kolom tabel cukup panjang dan rumit, maka kolom diberi nomor dan keterangannya diberikan dibagian bawah tabel.

Tabel 1. Wacana Estetika (sumber: Agus Sochari, 2002: 9)

Wacana Estetika Pramodern	Wacana Estetika Modern	Wacana Estetika Postmodern
Idealisme	Rasionalisme	Poststrukturalisme
Mitologi	Realisme	Global-Lokal
Mimesis	Humanisme Universal	Intertekstual
Imitasi	Simbolisme	Postpositivisme
Katarsis	Strukturalisme	Hiperrealita
Transeden	Semiotik	Postkolonial
Estetika Pencerahan	Fenomenologi	Oposisi biner
Teologisme	Ekoestetik	Dekonstruksi
Relativisme	Kompleksitas	Pluralisme
Subjektivisme	Etnosentris	Lintas Budaya
Positivisme	Budaya Komoditas	Chaos

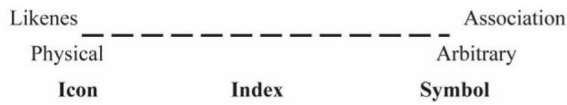
Gambar

Gambar diletakkan simetris dalam kolom halaman, berjarak satu spasi tunggal dari paragraf. Gambar diletakkan segera setelah penunjukannya dalam teks. Gambar diberi nomor urut dengan angka Arab. Keterangan gambar diletakkan di bawah gambar dan berjarak satu spasi tunggal dari gambar.

Penulisan keterangan gambar menggunakan font Times New Roman ukuran 9 pt, bold dan diletakkan seperti pada contoh. Jarak keterangan gambar dengan paragraph adalah dua spasi tunggal.

Gambar yang telah dipublikasikan oleh penulis lain harus mendapat ijin tertulis penulis dan penerbitnya. Sertakan gambar dalam format {nama file}.eps,

{nama file}. jpeg atau {nama file}.tiff. resolusi 300 DPI terpisah dari artikel. Jika gambar dalam format foto, sertakan satu foto asli. Font yang digunakan dalam pembuatan gambar atau grafik, sebaiknya, yang umum dimiliki setiap pengolah kata dan sistem operasi seperti Simbol, Times New Romans dan Arial dengan ukuran tidak kurang dari 9 pt. File gambar dari aplikasi seperti Corel Draw, Adobe Illustrator dan Adobe Freehand dapat memberikan hasil yang lebih baik dan dapat diperkecil tanpa mengubah resolusinya.



Gambar 1. Hubungan antara Icon, Index dan Symbol (sumber: Sign, Symbol and Architecture).



Gambar 2. Motif ornamen hias topong Malang



Gambar 3. Karang hasti tanpa daun telinga (sumber: survey, 2009)



Gambar 4. Karang hasti dengan belalai diangkat (sumber: survey, 2009)



Gambar 5. Berbagai contoh perempuan sebagai objek tanda dalam iklan dalam berbagai produk. (sumber: Femina, Edisi Januari 2005-Januari 2006)

Naskah Hasil Penciptaan

Judul Naskah

**(Singkat, Jelas, Informatif
Tidak Melebihi 20 Kata)**

(Font Times New Roman, Title Case, 16pt, Bold, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

Penulis Pertama¹, Penulis Kedua², dan

Penulis Ketiga³

(Font Times New Roman, Title Case, 12pt, Bold, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

1. Nama Jurusan, Nama Fakultas, Nama Universitas, Alamat, Kota Kode Pos, Negara
(Font Times New Roman, Title Case, 10pt, Bold, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

2. Kelompok Penelitian, Nama Lembaga, Alamat, Kota, Kode Pos, Negara

(Font Times New Roman, Title Case, 10pt, Bold, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

E-mail : penulis@adress.com

(Font Times New Roman, Title Case, 10pt, Italic, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

Abstrak

Abstrak harus dibuat dalam bahasa Indonesia dan dalam bahasa Inggris. Abstrak bahasa Indonesia ditulis terlebih dahulu lalu diikuti abstrak dalam bahasa Inggris. Abstrak sebaiknya meringkas isi yang mencakup tujuan penelitian, metode penelitian, serta hasil analisis. Panjang abstrak tidak lebih dari 250 kata. (Font Times New Roman, 10pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Kata kunci : Maximum empat kata (Font Times New Roman, 10pt, italic)

Judul Dalam Bahasa Inggris

(Font Times New Roman, Title Case, 12pt, Italic, Rata Tengah, Spasi Tunggal)

Abstract should be written in Indonesian and English. An English abstract comes after an Indonesian abstract. Please translate the abstract of manuscript written in English into Indonesian. The abstract should summarize the content including the aim of the research, research method, and the result in no more than 250 words (Font Times New Roman, 10pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Keywords : Maximum of 4 words in English (Font Times New Roman, 10pt, italic)

PENDAHULUAN

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Naskah ditulis dengan *Times New Roman* ukuran 11 pt, spasi tunggal, *justified* dan tidak ditulis bolak-balik pada satu halaman. Naskah ditulis pada kertas berukuran A4 (210 mm x 297 mm) dengan margin atas 3,5 cm, bawah 2,5 cm, kiri dan kanan masing- masing 2 cm. Panjang naskah hendaknya tidak melebihi 20 halaman termasuk gambar dan tabel.

Penulisan *heading* dan *subheading* diawali huruf besar dan diberi nomor dengan angka Arab.

METODE PENCIPTAAN

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Naskah ditulis dengan *Times New Roman* ukuran 11 pt, spasi tunggal, *justified* dan tidak ditulis bolak-balik pada satu halaman.

PROSES PERWUJUDAN

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Naskah ditulis dengan *Times New Roman* ukuran 11 pt, spasi tunggal, *justified* dan tidak ditulis bolak-balik pada satu halaman.

WUJUD KARYA

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Naskah ditulis dengan *Times New Roman* ukuran 11 pt, spasi tunggal, *justified* dan tidak ditulis bolak-balik pada satu halaman.

SIMPULAN

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Naskah ditulis dengan *Times New Roman* ukuran 11 pt, spasi tunggal, *justified* dan tidak ditulis bolak-balik pada satu halaman.

DAFTAR RUJUKAN

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Satu Spasi). Penulisan daftar rujukan mengikuti format APA (*American Psychological Association*).

UCAPAN TERIMAKASIH / PENGHARGAAN

(Font Times New Roman, Upper Case, 12pt, Rata Kiri Kanan, Satu Spasi).
(jika ada) diletakkan setelah Kesimpulan dan sebelum Daftar Acuan