

2. ANALISIS DAN TINJAUAN TEORI

2.1. Studi Literatur

Manusia dalam kehidupannya pasti membutuhkan hiburan, salah satunya dengan menyalurkan ketegangan melalui hal-hal yang berbau humor. Humor adalah rangsangan verbal dan, atau visual yang secara spontan dimaksudkan dapat memancing senyum dan tawa pendengar atau orang yang melihatnya. Humor dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti dongeng, teka-teki, puisi rakyat, nyanyian rakyat, julukan, karikatur, kartun, bahkan nama makanan yang lucu.

Kartun (*cartoon*) berasal dari bahasa Italia *cartone* yang artinya ‘kertas’. Pada saat ini kartun adalah gambar yang bersifat dan bertujuan sebagai humor satir (Antariksa, et al., 201). Jadi, kartun tidak hanya merupakan pernyataan rasa seni untuk kepentingan seni semata-mata, melainkan mempunyai maksud tertentu melucu, bahkan menyindir dan mengkritik. Secara sederhana, kartun dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu kartun verbal dan kartun nonverbal. Kartun verbal adalah kartun-kartun yang memanfaatkan unsur-unsur verbal seperti kata, frasa, kalimat, wacana disamping gambar-gambar jenaka didalam memancing senyum dan tawa para pembacanya.

Hal ini dapat dilihat dengan telah adanya bahasa gambar sejak zaman prasejarah, bahkan gambar menjadi salah satu media yang sangat penting dalam kehidupan. Sebelum adanya huruf abjad pada masa masehi hingga sekarang ini, pada zaman prasejarah hingga zaman dulu (S.M) manusia tidak menulis huruf akan tetapi menggambar, seperti gambar/lukisan yang berupa goresan di dinding goa batu pada zaman prasejarah, selain itu juga menggambar huruf seperti yang dilakukan oleh bangsa Sumeria, Egypt, Tiongkok dimana wujud karya seni yang dibuat pada masa prasejarah dan sejarah masih sangat sederhana dan terbatas pada material maupun dalam teknologi yang digunakan pada waktu itu.

2.2. Tinjauan Judul Perancangan

2.2.1. Perancangan Komik/Komunikasi Visual

Desain grafis berkembang pesat seiring dengan perkembangan sejarah peradaban manusia saat ditemukan tulisan dan mesin cetak. Perjalanan desain dan

gaya huruf latin mulai diterapkan pada awal masa kejayaan kerajaan ROMAWI. Kejayaan kerajaan Romawi di abad pertama yang berhasil menaklukkan Yunani, membawa peradaban baru dalam sejarah Barat dengan diadaptasikannya kesusasteraan, kesenian, agama, serta alfabet Latin yang dibawa dari Yunani. Pada awalnya alfabet Latin hanya terdiri dari 21 huruf : A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, V, dan X, kemudian huruf Y dan Z ditambahkan dalam alfabet Latin untuk mengakomodasi kata yang berasal dari bahasa Yunani. Tiga huruf tambahan J, U dan W dimasukkan pada abad pertengahan sehingga jumlah keseluruhan alfabet Latin menjadi 26.

Sesungguhnya istilah grafis bermakna gambar (*graphos*), tidak terbatas apakah gambar diam atau gerak. Sehingga perubahan istilah desain grafis menjadi desain komunikasi visual tidak terlalu penting. Bahkan menurut penulis terdapat kelemahan dari istilah “desain komunikasi visual”, ketika terjadinya penyederhanaan berlebih dengan menempatkan posisi ilmu dan profesi Desain Komunikasi Visual di bawah ilmu komunikasi. Namun dalam tulisan ini istilah yang digunakan tetap Desain Komunikasi Visual mengingat secara formal dalam sistem pendidikan kita, istilah desain grafis sudah tidak digunakan. Adapun definisi Desain Komunikasi Visual atau desain grafis yang penulis gunakan adalah: sebuah upaya pemecahan masalah yang dilakukan secara sadar ataupun intuitif, untuk memberi keteraturan dan makna pada konfigurasi atau susunan tanda yang secara dominan menggunakan unsur-unsur visual. Definisi ini penulis susun berdasarkan definisi yang diungkapkan oleh Meggs dan Papanek. Bidang keahlian Desain Komunikasi Visual sebagaimana definisi tersebut, merupakan salah satu potensi pemecahan masalah bagi Indonesia menuju industri kreatif yang maju.

Menurut website Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB (“KK Komunikasi Visual dan Multi Media”), komunikasi visual merupakan payung dari berbagai kegiatan komunikasi yang menggunakan unsur rupa (visual) pada berbagai media: percetakan / grafika, luar ruang (marka grafis, papan reklame), televisi, film /video, internet dll, dua dimensi maupun tiga dimensi, baik yang statis maupun bergerak (*time based*). Sedangkan Komunikasi Grafis merupakan *bagian* dari Komunikasi Visual dalam lingkup statis, dua dimensi, dan umumnya

berhubungan dengan percetakan / grafika. Dalam lingkup terminologi ini standar kompetensi Komunikasi Grafis dibuat. Pada dasarnya, penampilan Desain Komunikasi Visual hanya terdiri dari dua unsur utama, yaitu: verbal (tulisan) dan visual (gambar tangan atau fotografi). Dalam konteks ini penekanannya pada segi visual (Tinarbuko 88).

Komik sebagai karya komunikasi media cetak sangat luas diminati masyarakat, mulai dari komik Eropa hingga *Manga*, praktis menguasai dunia. Bahkan secara kontroversial komik yang di negaranya ada yang menentanginya, Crayon Sinchan ternyata banyak juga penggemarnya (Brotoatmodjo 2).

2.2.1.1. Perkembangan Komik/Desain Komunikasi Visual

Secara historis seni rupa adalah awal kelahiran Desain Komunikasi Visual, melalui proses metamorfosis dari istilah seni terapan atau seni komersial. Secara keahlian pun antara Desain Komunikasi Visual dan Seni Rupa menggunakan keahlian yang sama: kepekaan dalam mengolah unsur visual. Bahkan sesungguhnya sulit membedakan apakah DKV itu berbeda dari seni rupa. Prof. Dr Primadi Tabrani dalam berbagai kesempatan menyatakan bahwa, pada awalnya para ahli bangunan dan seniman tradisional tidak pernah membedakan kegiatan berkesenian ataupun membuat benda pakai. Wayang kulit misalnya, merupakan perpaduan yang harmonis antara seni rupa, seni pertunjukan, seni musik, seni sastra dengan sisi komunikasi yang bersifat sosial – yang kini sering kita sebut desain dan ilmu komunikasi. Hal yang sama dapat dilihat pada ajaran Hindu yang direkam dalam relief candi Borobudur, misalnya.

Di banyak masyarakat tradisional berkesenian adalah bagian tak terpisahkan dari kehidupan dan kegiatan keseharian, termasuk ritual keagamaan. Perkembangan dalam seni rupa kontemporer di Indonesia maupun dalam seni rupa global menunjukkan terjadinya pertemuan kembali dunia seni rupa dan Desain Komunikasi Visual. Pemahaman barat (klasik) lah yang menyatakan bahwa seni adalah kegiatan yang dilakukan ketika manusia memiliki waktu senggang. Bukankah pembedaan ini dibawa oleh pemahaman akademis barat yang rasional? Untuk kepentingan epistemologis keilmuan dan perkembangan desain Indonesia di masa depan, hal ini perlu kita kaji ulang bersama.

Ketika manusia membutuhkan bangunan sederhananya, mereka membangun dengan mengkomunikasikan maksud dan gagasannya dengan kata-kata; tetapi ketika bangunan itu menjadi sangat kompleks, ketika membangun menjadi sesuatu yang sangat penting untuk dijelaskan ‘tanpa kata-kata’, ketika mendirikan bangunan dan proses membangun harus terekam, maka ‘rancangan’ itupun harus dinyatakan; gambar rancangan dibuat dengan metode *pictorial*, gambar rancangan yang sangat sederhana dan singkat tetapi cukup akurat. Peradaban manusia telah lama mengenal gambar dalam tatanan gambar teknik. Sebuah gambar yang dimaksudkan sebagai media agar dalam sebuah rancangan atau desain dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana (Istanto 25).

Beberapa ahli desain berupaya membedakan seni dan desain. Seni dianggap berhubungan dengan masalah komposisional - penyusunan komponen visual semata, sedangkan desain lebih terkait dengan masalah komunikasi dengan *audience*. Namun sesungguhnya ini dapat dipertanyakan pula ketika pada dasarnya seni adalah juga merupakan bentuk komunikasi seniman dengan masyarakat. Memang ada seniman yang bekerja tanpa mempedulikan persepsi dari khalayak. Namun bagaimana dengan seniman yang sangat peduli dengan aspek komunikasi dari karya seninya. Dalam praktek seni rupa kontemporer, hal ini semakin terlihat nyata. Ada pula anggapan bahwa seni dianggap cenderung pada kreativitas, sedangkan desain lebih pada masalah *problem-solving*. Namun hal ini pun dapat ditolak, mengingat upaya *problem-solving* itu sendiri adalah juga mengandung unsur kreativitas. John Berger, sebagaimana dikutip oleh Barnard, berkeyakinan bahwa desain grafis yang ditampilkan dalam periklanan di negara barat merupakan kelanjutan dari seni rupa di Eropa sebelum digunakannya kamera fotografi, karena kemiripan dalam teknik ilustratif dan persuasifnya. Namun demikian di akhir tulisannya Berger tetap membedakan seni rupa dan periklanan, mengingat periklanan – berbeda dari seni rupa - adalah perangkat kapitalisme untuk menentukan tolok-ukur palsu mengenai apa yang diinginkan dan tidak diinginkan oleh masyarakat.

Dalam hal ini penulis memahami pendapat Banham lebih sesuai – walaupun bukannya tanpa kelemahan - ketika dia membedakan seni rupa dari desain grafis sebagai berikut: seni rupa lebih terkait dengan ekspresi pribadi dan

individualitas. Sementara desain grafis terkait dengan tugas untuk mengkomunikasikan pesan suatu pihak agar pengguna media desain grafis itu dapat memahaminya secara tepat – dengan sesedikit mungkin distorsi persepsi. Perhatian desainer agar penerima pesan dapat memahami pesan sesuai aslinya, adalah hal yang hampir tidak dapat ditemukan pada karya seni rupa. Sifat ekspresi pribadi dan individualitas dari karya seni rupa itu menjadikan si seniman tidak terlalu mepedulikan bagaimana penerima pesan menerjemahkan makna dari karya seni rupa tersebut. Seni rupa bahkan cenderung memanfaatkan permainan metafora visual sebagai kekayaan seni rupa. Keanekamaknaan sebuah karya seni menjadi sebuah nilai lebih yang tinggi nilainya, karena memberi kesempatan imajinasi khalayak berkembang. Sebaliknya karya seni rupa yang berekspresi atau menyampaikan pesannya secara langsung dan eksplisit – tanpa permainan simbol dan metafora seringkali dianggap dangkal dan rendah. Namun dalam beberapa kasus khusus seringkali batasan ini menjadi baur ketika: sebuah karya desain grafis, misalnya poster Polandia, dibuat sebagai suatu ekspresi pribadi dari seorang desainer tanpa mepedulikan lagi persepsi dari pengguna karya desain itu. Sebaliknya sebuah karya seni rupa dibuat oleh seorang seniman sebagai sarana propaganda untuk menggugah khalayak pemirsa. Pada titik inilah menurut penulis, terdapat daerah kelabu antara desain grafis dan seni rupa. Oleh karena itu secara definitif tidak mungkin membedakan secara pasti antara desain grafis dari seni rupa.

Kini ketika Desain Komunikasi Visual telah berevolusi hingga pada bentuknya saat ini, maka keterlibatan berbagai disiplin ilmu sosial, menjadi mutlak. Tentunya hal ini bergantung pada besaran dan luasnya pekerjaan desain. Semakin luas cakupan desain dan semakin kompleks target pemecahan masalah yang jadi tujuan perancangan, maka akan semakin tinggi kebutuhan kerjasama multidisiplin, sebagaimana dikatakan Twemlow: *"Graphic design is becoming increasingly interdisciplinary, geographically distributed, and collaborative. Complex problems require sophisticated responses that draw from expertise in multiple fields.....working collaboratively within and beyond design is not a radical new concept. Pentagram, possibly design's most*

respected and well-known firm, was set up in 1972 to accommodate scenarios of collaborative interactive practice.”

Kerjasama multidisiplin dalam Desain Komunikasi Visual menjadi semakin penting ketika pertimbangan waktu menjadi semakin utama. Artinya semakin sedikit waktu untuk mempelajari sendiri hal-hal yang berada di luar disiplin Desain Komunikasi Visual. Bahkan selain variabel keterbatasan waktu juga perkembangan ilmu pengetahuan yang semakin luas.

Selain kerjasama lintas-disiplin atau multidisiplin, dalam tubuh dunia Desain Komunikasi Visual pun terjadi fenomena kolaborasi dan interkoneksi yang menarik. Menarik karena disatu sisi teknologi digital memudahkan orang untuk mengerjakan berbagai media Desain Komunikasi Visual seorang diri; namun di sisi lain keterbatasan waktu mengharuskan seorang desainer yang memiliki kemampuan merancang suatu media, bekerjasama dengan desainer lain yang memiliki kemampuan merancang media lainnya. Terlebih lagi, sebagaimana telah disebutkan di atas, apabila pekerjaan yang dihadapi memiliki cakupan luas. Kemampuan untuk bekerjasama baik lintas disiplin maupun intra-disiplin menjadi penting bagi desainer komunikasi visual.

Kesimpulan singkatnya adalah, keberhasilan desain grafis dalam prakteknya membutuhkan keterlibatan berbagai disiplin ilmu. Hal ini disebabkan karena desain grafis, sebagai sebuah pemecahan masalah, memiliki tujuan utama untuk mempengaruhi pemahaman atau perilaku satu individu dalam suatu masyarakat. Namun dalam upaya penguasaan teknik desain grafis, apa yang sangat dibutuhkan adalah kemampuan yang sama dengan kemampuan dalam seni rupa: keterampilan dan kepekaan mengolah elemen visual secara estetik. Desain Komunikasi Visual merupakan perpaduan antara ilmu kesenirupaan/estetika dan sosial-komunikasi yang erat. Dalam sebuah tulisan, Jorge Frascara menjelaskan bahwa apabila Desain Grafis terlalu mementingkan gaya visual (dan estetika), maka ia akan terjebak pada seni rupa semata. Sehingga desain *sign system* misalnya, yang membutuhkan pendalaman psikologi persepsi visual (yang didasarkan ukuran kuantitatif) menjadi tidak terbahas.

Memahami Desain Komunikasi Visual sebagai sebuah bidang keahlian yang terkait erat dengan seni rupa sebagai akar, tidak berarti menolak arti penting

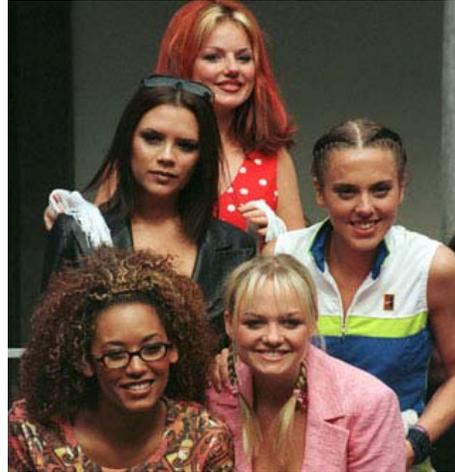
pengembangan ilmu desain (komunikasi visual) untuk menjadi sebuah disiplin keilmuan tersendiri di masa depan. Namun yang terakhir ini membutuhkan kajian filsafat keilmuan tersendiri menyangkut ontologi dan epistemologi teori desain, hingga terbangun budaya intelektual desain yang sebanding dengan disiplin ilmu lainnya. Kajian filsafat keilmuan demikian tentunya tidak dibahas dalam tulisan ini.

2.1.2. Tinjauan Biografi

Biografi adalah cerita mengenai seseorang yang ditulis oleh orang lain. Elemen-elemen yang terkandung dalam sebuah biografi adalah asal-usul, keturunan, tingkat pendidikan, pekerjaan dan kehidupan, teman atau kerabat yang berpengaruh, prestasi yang diraih, penghargaan yang didapat, perjuangan, keluarga, komunitas, dan misi hidup seseorang.

2.1.3. Tinjauan grup musik Spice Girls

Grup musik Spice Girls adalah grup yang ngetop pada era tahun 90'an. Grup ini dianggap sebagai grup yang berhasil mengalahkan penjualan album terbanyak setelah The Beatles. Kesuksesan mereka sendiri karena musik yang mudah dicerna oleh anak-anak maupun remaja juga kepribadian mereka yang berbeda-beda. Grup ini terdiri dari Melanie Chisholm (biasa dipanggil Mel C / "Sporty Spice" karena hobinya berolahraga), Emma Bunton (lebih akrab dengan "Baby Spice" karena usianya paling muda dan wajahnya yang imut), Victoria Adams ("Posh Spice" karena gayanya yang anggun dan terlihat berkelas/mewah), Geri Halliwell (dijuluki "Ginger Spice" karena rambut dan pakaiannya yang serba merah) dan Melanie Brown (karena penampilannya yang heboh dan terkesan liar, dia dipanggil "Scary Spice").



Gambar 2.1. Grup Spice Girls

2.2.2. Gambar Ilustrasi

Gambar merupakan salah satu wujud simbol atau bahasa visual yang di dalamnya terkandung struktur rupa seperti garis, warna dan komposisi (Tinarbuko 88).

Pengertian ilustrasi menurut Asnar Zacky:

Ilustrasi bisa melekat pada beberapa hal/bidang, seperti musik ilustrasi (pada film), gambaran imajinatif (saat mendongeng), suasana hening (pada teater, film), suara alam, angin, serangga, kodok (saat malam), gambar informasi/gambar penjelas/gambar penghias (pada peta, diagram, buku, novel, komik).

Dalam penulisan ini bahasan melingkupi ilustrasi sebagai rupa gambar. Ilustrasi berupa gambar bisa tampil dalam banyak bentuk dan corak. Bisa berupa garis corat coret (*grafiti*), berupa karya garis outline yang rapi, berupa arsir, berupa blok kontras gelap terang, bisa berwarna penuh dengan alat warna manual ataupun komputer, bisa juga berupa foto, dan bisa juga berupa gambar huruf/gambar tanda/ gambar simbol.

Gambar ilustrasi adalah gambar buah pikir dari suatu angan-angan atau imajinasi bisa langsung (tanpa melalui kata-kata) diterjemahkan ke wujud gambar. Bisa juga dari angan-angan diucapkan/dikisahkan dengan kata-kata, baru diterjemahkan ke wujud gambar (Zacky 1).

Kebanyakan karya dengan cara menggambar adalah representasi dari ingatan atau imajinasi seorang juru gambar. Subjek dapat berupa tampilan realistis dalam kehidupan sehari-hari atau imajinasi berupa kartun, dll.

2.2.2.1. Perkembangan Ilustrasi

Manusia diketahui telah berusaha membuat karya *drawing* sejak masa prasejarah. Kegiatan ini kemudian menyebar di Eropa sejak tahun 1400an seiring berkembangnya penggunaan kertas. Sejak saat itu, setiap abad telah menghasilkan karya-karya *drawing* hebat. Perupa yang terkenal dengan teknik menggambar pada tahun 1400an hingga 1500an antara lain Leonardo da Vinci, Michelangelo, dan Raphael.

Kemudian muncullah *Walt Disney* yang terkenal dengan kartun dan animasinya, Alex Raymond dengan komiknya yang terkenal yaitu *Flash Gordon* serta muncullah Osamu Tezuka yang mengikuti gaya *Disney* di Amerika memunculkan gaya *manga* yang merupakan gaya khas gambar Jepang yang populer saat ini.



Gambar 2.2 Komik Flash Gordon

(Sumber: [http:// www.superherotimes.com/news/images/Flash%2520Gordon.jpg](http://www.superherotimes.com/news/images/Flash%2520Gordon.jpg))

2.3. Tinjauan Judul Perancangan

2.3.1. Perancangan Komik/Komunikasi Visual

Desain tidak memiliki definisi yang baku, desain mempunyai arti yang berbeda-beda bagi berbagai orang. Untuk sebagian orang desain dapat berupa

sebuah pemandangan, rencana, komposisi dan layout atau bahkan sebuah ekspresi dari perasaan. Ada banyak tipe-tipe desain, antara lain adalah: *structural construction, functional, geometric, abstract, realistic, and decorative*. Desain bisa berupa gabungan dari tipe-tipe tersebut, desain dapat berarti sebuah grafik yang dicetak ke dalam sebuah permukaan datar atau *three-dimensional*.

Dimensi Desain komunikasi Visual bisa dibidang sangat luas dan seperti tak bertepi. Desain Komunikasi Visual merupakan sebuah perancangan yang bertujuan untuk memberikan solusi atas sebuah permasalahan. Sebagai manusia yang terikat hidupnya dengan dunia gambar-menggambar. Maka bingkai pengamatan jadi amat penting. Dengan pengamatanlah kita belajar dan membentuk sesuatu dan juga berkomunikasi.

Menurut website Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB (“KK Komunikasi Visual dan Multi Media”), komunikasi visual merupakan payung dari berbagai kegiatan komunikasi yang menggunakan unsur rupa (visual) pada berbagai media: percetakan / grafika, luar ruang (marka grafis, papan reklame), televisi, film /video, internet dll, dua dimensi maupun tiga dimensi, baik yang statis maupun bergerak (*time based*). Sedangkan Komunikasi Grafis merupakan *bagian* dari Komunikasi Visual dalam lingkup statis, dua dimensi, dan umumnya berhubungan dengan percetakan / grafika. Dalam lingkup terminologi ini standar kompetensi Komunikasi Grafis dibuat.

Pada dasarnya, penampilan Desain Komunikasi Visual hanya terdiri dari dua unsur utama, yaitu: verbal (tulisan) dan visual (gambar tangan atau fotografi). Dalam konteks ini penekanannya pada segi visual (Tinarbuko 88).

Komik sebagai karya komunikasi media cetak sangat luas diminati masyarakat, mulai dari komik Eropa hingga *Manga*, praktis menguasai dunia. Bahkan secara kontroversial komik yang di negaranya ada yang menentanginya, Crayon Sinchan ternyata banyak juga penggemarnya (Brotoatmodjo 2).

2.3.2. Sejarah Komik di Dunia

Jepang adalah salah satu raksasa ekonomi Asia yang pengaruh industri komiknya mampu membayangi bahkan melampaui industri perkomikkan dua benua barat, yaitu Amerika dan Eropa. Tradisi komik di Barat membentuk dua

pendekatan studi yaitu komik-komik berbahasa Anglo-American (Inggris) dan Franco-Belgian (Perancis). Industri komik Barat dan manga Jepang mempunyai perbedaan yang cukup signifikan dalam hal produksi. Komik barat seperti yang diterapkan oleh pola industri komik di Amerika Serikat menuntut kerja tim dari penulis cerita dan artis ilustrasi. Ilustrasi sendiri dapat di pecah kepada beberapa bidang kerja seperti pensil, tinta, mewarna, komputer grafis, dan juga penata teks (letterer). Sedangkan pola industri komik Jepang bersifat studio dengan seorang komikus atau mangaka yang dibantu oleh asisten-asistennya.

Belakang hari ini komik semakin menjadi perhatian di Eropa yang terkenal dengan perkembangan seninya, dimana komik sudah diakui sejak lama sebagai seni tersendiri. Akhir-akhir ini beberapa seniman komik Eropa, komikus Amerika dan mangaka Jepang mengejar kebaruan dalam hal visualisasi komik seni. Sementara itu di Amerika Serikat komik semakin gencar dijadikan film layar lebar, dan berbagai upaya dilakukan untuk menaik-tarafkan status komik ke tempat yang lebih terhormat. Komik sendiri sudah semakin menjadi subjek penelitian yang menarik perhatian dari berbagai disiplin ilmu seperti bahasa dan sastra, komunikasi, sosiologi, psikologi, budaya dan media. Proses regenerasi komik sepenuhnya bergantung pada dukungan dan profesionalitas dari para artis komiknya dan kreatifitas industrinya.

Perbedaan komik Amerika, Jepang dan Indonesia: salah satu perbedaan yang mencolok antara ketiganya adalah cara penggambaran manusia. Dalam komik Amerika, tubuh manusia digambar dengan tubuh *superhero*. Dalam komik Jepang, tubuh dan wajah tokoh biasanya berbeda sesuai gaya menggambar artis-nya. Dalam komik Indonesia, badan dan tubuh manusia digambar lebih realistis, dengan skala yang mengacu ada tinggi dan massa manusia di dunia nyata. Perbandingan yang dipakai saat menggambar orang Indonesia adalah 1:6, sedangkan dalam menggambar orang Eropa perbandingannya 1:7.

2.3.3. Sejarah Komik di Indonesia

Di Indonesia cikal bakal komik banyak dipengaruhi oleh agama Budha, Hindu dan Islam. Indikasi ditemukannya gua leang-leng , sulawesi selatan temuan ini berupa gambar babi hutan juga candi -candi sekitar abad ke 18 juga didapati

gambar-gambar kuno diatas kertas dengan tinta berwarna, gambar menyerupai komik karena disertai keterangan teks beraksara Arab dalam bahasa jawa yang dipakai dalam penyebaran agama islam. Juga dapat ditelusuri dari jaman pra sejarah terdapat pada monumen monumen keagamaan yang terbuat dari batu, kemudian ada wayang beber dan wayang kulit.

Cerita bergambar atau komik pertama kali terbit di indonesia sejalan dengan munculnya media masa berbahasa Melayu Cina dimasa pendudukan Belanda. Cergam Put On karya Kho Wan Gie tahun 1930 di harian Sin Po, menceritakan sosok gendut bermata sipit yang melindungi rakyat kecil bercerita indonesia sebagai tanah kelahirannya . komik ini sangat populer masa itu, sedangkan nama Put on adalah jenis cerita bergambar yang bercorak humor berbentuk kartun.

Cerita bergambar yang bercorak realistik baru dimulai oleh Nasoen As sejak tahun 1939. Bonnef menempatkan awal perang dunia I sebagai masa pertumbuhan awal komik Indonesia , komik pertama dalam kasanah sastra Indonesia aialah mencari Putri Hijau (Nasroen As) dimuat dalam harian Ratoe Timoer.

Pada masa pendudukan Jepang 1942 muncul cerita legenda Roro Mendut Gambaran B. Margono, di harian Sinar Matahari Jogjakarta. Setelah Indonesia merdeka harian Kedaulatan Rakyat memuat komik Pangeran Diponegoro dan Joko Tingkir dan pada tahun 1948 cerita kisah kependudukan Jepang oleh Abdul Salam. Cerita yang bertemakan petualangan dan kisah- kisah Kepahlawanan/ Heroisme yang diangkat dari cerita rakyat sehubungan dengan situasi politik pada masa itu , buku komik jenis ini banyak muncul pada tahun 1952, misalnya "Sri Asih" (1952) karya R.A Kosasih, "Kapten Jani", "Panglima Najan "(Tino Sidin), Tjip Tupai "Mala pahlawan rimba" (1957) dan sebagainya.

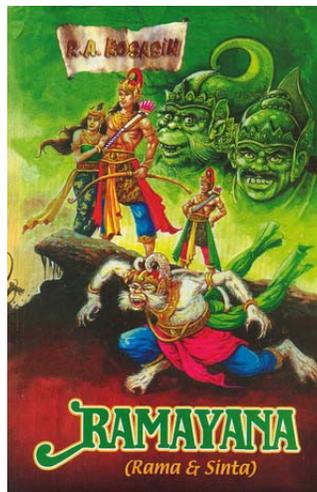
Pada tahun 50-60an komikus Indonesia ingin memproduksi komik asli Indonesia untuk menghadapi seruan komik Amerika dan kembali ke tema asal untuk ide cerita mereka yaitu wayang. Komikus pada saat itu adalah R.A. Kosasih. Dengan karyanya seri Ramayana dan Mahabarata.



Gambar 2.3. R.A. Kosasih

(Sumber: <http://www.anelinda-store.com/wayang.php>)

R.A Kosasih dilahirkan di Bogor pada tahun 1919. Saat masih muda, dia suka melihat wayang golek, pertunjukan boneka dari kayu. Hal ini yang menginspirasinya untuk membuat sebuah komik. Pada tahun 1939, dia mulai menggambar ilustrasi untuk buku-buku yang diterbitkan oleh Departemen Agrikultur Bogor. Debut pertamanya pada tahun 1953 adalah komik artis yang berjudul Sri Asih, yang laku keras kemudian. Kosasih melanjutkan dengan komik berseri seperti, Siti Gahara, Sri Dewi, Mahabarata dan Ramayana. Namun pada tahun 1980, ada penurunan minat pada komik wayang karena adanya komik asing yang masuk ke Indonesia, seperti komik Jepang. Kosasih berhenti membuat komik pada tahun 1993.



Gambar 2.4 Salah satu komik karangan R.A Kosasih, Komik Ramayana

(Sumber: <http://www.anelinda-store.com/wayang.php>)

Masa keemasan dan kebangkitan kedua komik Indonesia (1980) ditandai banyaknya ragam dan judul komik yang diterbitkan pada masa itu. Ragam komik yang disukai pada priode ini , yakni komik roman remaja yang bertemakan roman kehidupan kota . beberapa komikus yang dominan adalah Budijanto, Zaldy, Sim dan Mintaraga, karya Jan Mintaraga yang cukup populer adalah Sebuah Noda Hitam. Komik silat, yang bertemakan petualangan pendekar-pendekar ahli silat . Ganes TH spesialis dalam jenis komik ini, karya- karya lainnya Serial SiButa dari Gua Hantu, Siluman serigala Putih, Tuan Tanah Kedaung, Si Djampang, Panji tengkorak dengan (Hans Jaladara),Godam (Wid NS) dan Gundala karya Hasmi. Pada tahun 1967, format komik menjadi seragam, ukurannya menjadi 13x 18 cm.



Gambar 2.5. Komik Si Buta dari Goa Hantu

(Sumber:

<http://www.anelindastore.com/deskripsi.php?kode=NGT002&asal=index.php>)

Kehadiran komik Amerika juga populer melalui koran sehingga masyarakat mengenal tokoh tokoh seperti Phantom, Flash Gordon, dan Tarzan. Untuk mengimbangi komik Amerika ini, koran Star Weekly menyajikan cerita sejarah legenda dari Tiongkok yang berjudul Sie Djin Koei karya Siau Tek Koei yang bahkan sempat mengalahkan popularitas Flash Gordon, dan komik inilah yang telah mempelopori komik silat Indonesia yang mulai populer tahun 1968

Imitasi pun terjadi dari tokoh tokoh terbitan King Feature Syndicate, Amerika, lahirlah Sri Asih, tahun 1954, melukiskan petualangan perempuan super yang mirip Superman, komikusnya adalah R.A.Kosasih yang disebut ‘bapak’

komikus Indonesia, selain dia ada pula Jhon Lo yang melahirkan Puteri Bintang dan Garuda Putih.

2.3.4. Tinjauan Kondisi Komik di Indonesia

- Pukauan Manga di Indonesia

Menggebrak trend komik Eropa walau dengan format yang berbeda, mengisi kekosongan yang terjadi karena tidak ada komik Indonesia, tahun 80 an itu juga penerbit Elex Media Komputindo mulai meluncurkan komik ala jepang (manga). diawali dengan *Candy Candy* kemudian disusul *Dragon Ball*, *Kungfu Boy* menancapkan pengaruhnya di Indonesia didukung oleh film animasi dan game, maka takheran jumlah pembacanya meledak dan tidak sedikit kaum muda yang mulai terpengaruh mulai mencoba coba menjadi mangaka atau membuat komik ala manga. dari saat itu kepopuleran komik Amerika dan Eropa tenggelam sementara Manga merajai belantara komik Indonesia. Didukung dengan kolaborasi sebuah tabloid yaitu Hoplea dan penerbit PT ELex Media yaitu bermula dari pemuatan cuplikan komik jepang yang akan diterbitkan oleh PT Elex Media hingga pemuatan komik buatan pemula di Indonesia yang diyakini bila berkembang dapat menjadi mangaka yang handal. Namun hal ini bisa berhenti kalau tidak diikuti keseriusan para komikus untuk meningkatkan kemampuan dan memperluas sudut pandang.



Gambar 2.6. Komik Kungfu Boy

(Sumber: <http://covers.se.books.img.compricer.com/0/7/4/0747524971.png>)

2.3.5. Potensi Komik di Indonesia

Persoalan bagaimana komikus komikus terutama sekarang yang sudah mampu menghadirkan karyanya dalam bentuk buku komik untuk terus meningkatkan terus kemampuannya, sudut pandangnya, bagaimana bertindak lokal tetapi berpikir global, paduan ini jika terjadi pastilah akan memperkaya dan memperkuat dunia perkomikan kita. Komik Indonesia hanya mungkin bangkit bila ada kerjasama yang erat dan terpadu antara komikus dan penerbit. Kerjasama yang serius dan konsisten, sehingga memungkinkan terbangun suatu sistem produksi yang konsisten. Awal juli 2004 komik Indonesia mempunyai pasar, maka mangaka Indonesia harus ditingkatkan kualitasnya baik ceritanya maupun gambarnya, kalau Korea dan Taiwan bisa sukses dengan komik ber *style* manga seperti Ragnarok, *Cheju Island* mengapa Indonesia tidak?



Gambar 2.7. Komik Cheju Island

(Sumber: <http://www.ybfree.com/39ISLAND1.html>)

Tidak perlu sinis dengan gaya manga yang tidak suka silakan membuat komik dengan gaya yang berbeda, biar pasar yang bicara. Gambar boleh manga tapi cerita harus mengandung muatan lokal misal : setting, budaya, kebiasaan, tapi memasukkan budaya lokal jangan terlalu keras karena masyarakat *mindset* nya masih belum menghargai budaya lokal, masih luar negeri minded. Contoh: dulu awal mula sinetron ditayangkan di TV lokal bukan prime time sekarang sudah prime time karena semua hal memerlukan proses begitu pula komik Indonesia

Cerita, terdiri dari Struktur Cerita:

Inti cerita : misal cinderela sindrom

Ide cerita : turunan dari inti cerita, bisa dari mana-mana mis: koran, tv, dan film

- Plot cerita : pengembangan cerita/ alur cerita
 1. perkenalan
 2. konflik
 3. konklusi (3 hal di atas bisa dibolak balik)
- karakter (penting untuk pemahaman tokoh)
 1. lembut
 2. kasar
 3. cuek

Semua hal di atas perlu dibuat untuk menjaga agar cerita dan lain lainnya tidak melenceng, pada cerita yang bagus: cerita boleh sederhana tetapi plotnya sangat kuat, dan semua itu dijalin menjadi outline cerita, sinopsis untuk dikirim ke penerbit. Pengarang harus bisa membangun penceritaan, detail gambar.

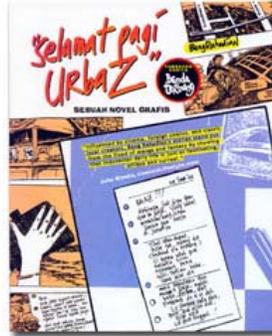
Komik lokal yang mendapat sambutan baik adalah komik lokal yang :

- mengikuti perkembangan
- mengikuti trend (dulu ikut trend Amerika dan Hongkong sekarang Manga)
- menggebrak pasar
- memiliki konsep kuat
- komik dibuat sebagai karya desain

Dua tiga tahun terakhir ini, seiring dengan geliat penerbitan buku-buku dan media alternatif (*bulletin, newsletter, community magazine, dan e-zine*) di Yogyakarta dan Bandung, dua kota dimana perkembangan *cultural studies*nya sedang memuncak bermunculan terbitan-terbitan komik *underground* mewarnai jejak perjalanan sejarah komik Indonesia.

Beng Rahadian, satu dari komikus muda generasi komikus *underground* Indonesia macam Ahmad “Sukribo” Ismail, Agung “komikaze” Arif Budiman, Wahyu, dan lain-lain tak gentar membuat

komik bertajuk *Selamat Pagi Urbaz* terbitan Terrant Books yang baru saja sukses mendulang keuntungan dari penerbitan novel *Eiffel, I'm in Love*.



Gambar 2.8. Komik Selamat Pagi Urbaz

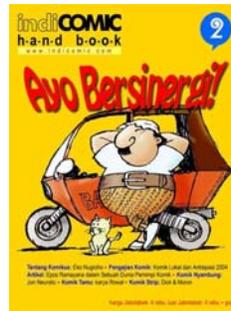
(Sumber: <http://majorreview.blogspot.com/2004/09/selamat-pagi-urbaz-mantra-pawitra.html>)

Di Yogya muncul muncul antologi komik bertajuk *Subversi Komik* yang terbit sejak Mei 2004. Antologi komik ini berusaha menghimpun karya komikus muda pejuang komik *underground* seperti Ahmad “Sukribo” Ismail, Agung “komikaze” Arif Budiman, Wahyu, Windu dan lain-lain. Uniknya, *Subversi Komik* ini benar-benar sebuah produk yang tak hanya digagas sebagai wadah kreativitas dan lahan publikasi komik *underground* saja melainkan sekaligus digagas sebagai representasi kritik terhadap pemerintah yang telah nyata gagal menangani problem sosial bernama kemiskinan.

Di Bandung terbit komik *Bangor* karya Raditya Eka Permana. Komik bergaya kartun setengah *manga* ini begitu sarat dengan idiom-idiom *slang* khas Bandung. Selain itu terbit pula komik *Wanter* yang bergaya surealis mirip karya komikus Peter Kuper karya Dodi Rosadi (sayangnya tak jelas komik ini diterbitkan di Bandung atau Yogya). Ada juga komik *SC (Super Condom)* yang begitu *nyeleneh* Penerbit Indira yang semula hanya dikenal menerbitkan komik impor dengan serial Tintin sebagai produk andalannya pada tahun ini juga ikut menerbitkan *Dave Salamander* komik lokal karya Tunjung Rukmo dan Denny Djoenad. Produk-produk independen

semacam ini bergeliat di toko-toko buku komunitas (disebut “distro”) selain ada juga yang menempuh jalur distribusi toko buku umum seperti *Subversi Komik*, *Selamat Pagi Urbaz*, *Caroq*, dan lain-lain. Karena secara fisik komik ini dibuat dalam format kecil, mirip bungkus permen.

Perjalanan komik pun tak hanya kepada format komik saja. Majalah komik *IndiComic Handbook* yang merupakan hasil kerja bareng berbagai komunitas komik *underground* seperti MKI (Masyarakat Komik Indonesia), *Indietown*, *Titikberat*, dan lain-lain juga terbit. Majalah yang formatnya tak sekedar etalase komik karya komikus *underground* ini juga berisikan artikel, resensi, dan ulasan komik. Tak lama kemudian, terbit pula majalah komik *Wizard Indonesia* yang merupakan *franchise* majalah komik Amerika, *Wizard*. Walau majalah *franchise* ini notabene mengandung artikel impor, *Wizard Indonesia* juga menyediakan rubrik khusus berupa ulasan komik lokal sebagai upaya mendukung tumbuhnya perkembangan komik *underground* di Indonesia.



Gambar 2.9. Majalah komik IndiComic

(Sumber: http://review_indicomic.blogspot.com/2004/08/indicomic-hand-book-2.html)



Gambar 2.10. Majalah komik Wizard Indonesia

Tidak adanya alur proses pra-konsepsi komik dari masa lalu sehingga membentuk konsepsi komik modern hari ini, sebagaimana terjadi di Eropa, Amerika dan Jepang, bukan berarti lantas komik tidak layak hidup di negeri kita. Yang diperlukan adalah sebuah kesadaran dan pengakuan bahwa komik merupakan bentuk budaya baru yang diserapkan dalam budaya kontemporer kita. Kekuatan tradisi bercerita kita sangatlah kuat di masa lalu, tetapi bukan pula semangat romantisisme yang dibutuhkan saat ini, namun yang lebih pentingnya adalah upaya untuk memupuk kepercayaan dan harga diri bangsa Indonesia bahwa kita juga mampu menghasilkan karya-karya terbaik. Bahwa kita mampu melepaskan diri dari determinasi kekuatan budaya luar dan membuang jauh-jauh rasa inferioritas ketika berhadapan dengan tradisi asing, walaupun itu hanya melalui budaya dan industri komik.

2.3.6. Istilah-istilah dalam Komik

Istilah-istilah dalam dunia perkomikan antara lain:

- Sketsa
- Karakter
- Adegan
- Panel adalah kotak tempat gambar diletakkan. Biasanya dalam satu halaman terdapat beberapa panel sekaligus. Umumnya bentuk panel adalah persegi panjang, namun sering kali ditemukan berbagai macam variasi bentuk panel. Oleh karena buku dalam bahasa Indonesia dibaca dari kiri ke kanan, maka arah pembuatan panel akan mengikuti huruf ‘Z’.
- Balon dialog adalah tempat meletakkan dialog. Umumnya berbentuk bulat atau lonjong.
- Visualisasi gerak/ ekspresi/ emosi/, bunyi/suara.
- Gaya gambar
- Teknik gambar

- Outline, adalah garis utama yang membentuk suatu obyek. Walaupun bukan standar yang baku, outline yang memiliki tebal tipis akan terlihat lebih dinamis dan hidup.
- Tone atau Screentone, adalah lembaran motif yang digunakan untuk mengisi bidang kosong pada komik. Terbuat dari lembaran film khusus yang salah satu sisinya dilapisi lem atau perekat.
- Foreground, adalah gambar yang dilihat oleh mata lebih dahulu atau terletak di bagian depan. Biasanya memiliki outline yang lebih tebal dibandingkan latar belakang.
- Latar belakang atau background, adalah gambar yang terletak di belakang foreground. Biasanya memiliki outline yang lebih tipis dibandingkan foreground.

2.4. Tinjauan Gaya Desain

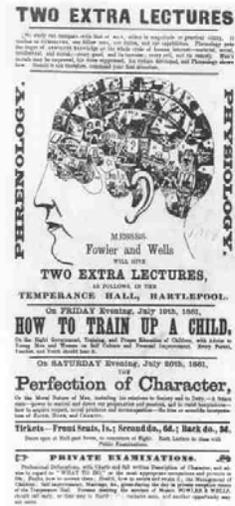
2.4.1. Sejarah Gaya Desain

- Early Modern

Revolusi Industri di Inggris ketika prinsip kerja mesin uap disempurnakan oleh James Watt 1769 pada Pameran internasional I 1851 (Jaman Ratu Victoria) di London timbul reaksi menolak kehadiran mesin karena dianggap menciptakan dehumanisasi. Muncul gerakan romantik yang berdasarkan pada perasaan serta kemuliaan dari hak individu mengungkapkan pikiran dalam karya. Filsuf Hegel mengatakan bahwa seni dapat menyembuhkan keresahan manusia akibat tekanan alam atau lingkungannya.

Gerakan romantik yang paling menonjol adalah **Art and Craft Movement dan Art Nouveau** sebagai reaksi modernisme. Namun di Jerman malah muncul gerakan werkbund yang mendukung industrialisasi yang mendukung serikat kerja Art and Craft Movement Gerakan yang berusaha menghidupkan kembali ketrampilan tangan manusia dalam seni dan kriya sebagai penolakan industri yang menggunakan mesin. John Ruskin dan William Morris 1888 mendirikan bengkel untuk memproduksi logam, furnitur, tekstil, barang cetakan dengan gaya Gothic dan oriental yang menghasilkan barang indah,

mengutamakan kepuasan seniman dalam berkarya serta harga terjangkau. Namun kenyataannya yg menjangkau hanyalah kaum kaya di Inggris saja.



Gambar 2.11. Gaya desain British Victorian



Gambar 2.12. Gaya desain Art and Craft



Gambar 2.13. Gaya desain Art Noveau

(Sumber: <http://www.mysticunicorn.com/graphics/nouveau.jpg>)

Winner Werkstatte dipengaruhi Art and Craft Inggris, berdiri di Austria 1903 oleh Josef Hoffmann, Koloman Moser dan Fritz Warndorfer. Yang unik adalah setiap produk dari bengkel Wiener Werkstatte selalu ada merk dagang dan cap seperti 'vw' Art Nouveau. Berarti 'seni baru'. Art Nouveau adalah aliran seni yang memiliki gaya dekoratif tumbuhan (flora) yang meliuk-liuk. Muncul di Eropa dan Amerika 1819 hingga 1914. Masih merupakan reaksi terhadap industrialisasi dan gaya mesin yang dianggap menghilangkan sifat manusiawi dalam produksi barang kebutuhan manusia, sehingga seringkali malah tampil berlebihan dan menekankan sifat emosional. Nama Art Nouveau mula-mula dipakai pada sebuah toko di Paris 1895 oleh Siegfried Bing.

Aliran Art Nouveau di Eropa menggunakan beberapa nama:

- Jugendstil (youth style) di Jerman dari majalah Die Jugend.
- Vienna Secession di Austria
- Stile Liberty di Italia
- Modernista di Spanyol
- Glasgow School di Inggris

Tokoh Art Nouveau:

- Charles Rennie Mackintosh (Inggris)
- Henry Van de Velde (Austria)
- Antoni Gaudi (Spanyol)

Gaya Art Nouveau mula-mula sebagai karya seni populer yang dapat dinikmati orang kebanyakan, namun kenyataannya lebih banyak diterapkan pada seni dan barang untuk konsumsi orang kaya. Gaya Art Nouveau juga mendapat pengaruh dari seni rupa Jepang. Hal ini tampak pada lukisan Gunung Fuji oleh Katsushika Hokusai (1760-1849). Juga dipengaruhi oleh seni rupa India, dimana wayang kulit yang kita kenal juga menggunakan ornamen hias dan ukir ala Art Nouveau. *Glasgow School* didirikan Charles Rennie Mackintosh, Margaret, Frances Macdonald dan George Walton. Mereka murid William Morris namun karyanya tidak diakui sebagai karya Art and Craft karena tidak mementingkan keahlian dan ketrampilan tangan yang tinggi. *Mackintosh* dianggap sebagai desainer Art Nouveau Eropa.

- Ekspresionisme

Berasal dari kata ekspresi/spontan, Dimulai 1900-1906 ketika Van Gogh dengan warna-warni yang berani, Gauguin dengan distorsi orang besar dan gemuk dan Paul Cezanne dengan kebebasan pada karyanya. Pelopor Ekspresionisme adalah Eduard Munch (1863-1944) dari Norwegia dengan karya berjudul 'The Scream'. Arti harafiah Ekspresionisme adalah 'binatang buas'. Ekspresionisme menjadi aliran avant-garde pertama abad 20. Tema utama berkisar masalah kematian, kesakitan, dan dorongan seksual. Sejalan dengan teori psikoanalisa Sigmund Freud (perilaku dewasa adalah dorongan bawah sadar pengalaman yg terbentuk dari masa kecilnya). Di Prancis, ditampilkan oleh kelompok seniman Fauvisme, di Jerman ditampilkan oleh seniman Fauvisme, Die Brucke, Blaue Reiter, dan Neue Sachlichkeit Die Brucke, Blaue Reiter, dan Neue Sachlichkeit menjadi cikal bakal Ekspresionisme.

Menurut Wassily Kandisky ada 3 sumber inspirasi bagi lahirnya lukisan:

1. Impresi, kesan dari luar diri si seniman
2. Improvisasi, ekspresi yang spontan dan spiritual sifatnya, Komposisi, ekspresi dari perasaan yang timbul belakangan dan secara sadar, sekalipun tetap memakai perasaan dan tidak rasional.
3. Ekspresionisme diperlihatkan juga oleh seniman-seniman golongan fauvisme dengan cirinya mengandalkan kebebasan warna, dengan mendobrak aturan-aturan alam yang ada, seperti pada lukisan Henry Matisse.

Kebebasan ekspresionisme dari sisi bentuk tampak pada Kubisme, yang diusung oleh Pablo Picasso dengan menghilangkan sudut pandang perspektif satu titik hilang, diganti dengan berbagai sudut pandang. Kubisme dan Picasso mencari definisi sendiri menentang konsep-konsep awam yg ada, misalnya wanita cantik, di gambarkan Picasso justru jauh dari cantik.

'Kebebasan' pada Ekspresionisme makin menjadi dengan munculnya Dadaisme yang menolak semua hukum-hukum, keindahan, yang didalamnya termasuk bentuk dan warna, sebagai protes nilai-nilai yg runyam krn PD-1



Gambar 2.14. Gaya desain Ekspresionisme

- Futurisme

Aliran seni di Italia yang didirikan oleh Filippo Marinetti. Gerakan ini diinspirasi dari kehidupan yang berubah karena penemuan mesin yang menghasilkan unsur gerak dan kecepatan yang sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia di awal abad ke-20. Tipografi dalam futurisme berkembang menjadi media ekspresi dalam desain, bukan makna tapi juga bentuknya, divisualkan dengan puisi yang memakai bentuk-bentuk tipografi sebagai ungkapan perasaan yang mendukung karya puisi tersebut.



Gambar 2.15. Gaya desain Futurisme

- Konstruktivisme

Tokohnya El Lisztzky yg mengatakan konstruktivisme adalah pelopor avant garde seni di Rusia. Seni harus dinikmati semua kelas secara merata. Konstruktivisme adalah seni resmi untuk Pemerintahan Bolshevik

di Rusia. Berkembang tahun 1914-1920, merupakan pengaruh Kubisme yang berkembang di Rusia.

Estetika konstruktivisme berkaitan dengan bentuk/bidang geometris kinetik sebagai cerminan jaman modern yang dikuasai mesin. Awalnya hanya mengeksplorasi bentuk geometris saja, namun karena pesan menjadi kurang efektif dan efisien maka dipakailah sosok dan figur manusia, sehingga dikenal dengan istilah Sosial



Gambar 2.16. Gaya desain Konstruktivisme

- Realisme

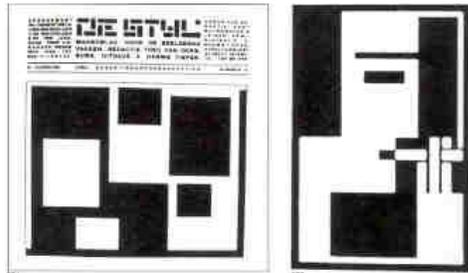
Konstruktivisme menjadi seni propaganda komunis Soviet, sarat dengan muatan-muatan kampanye pemerintahan baru pasca Revolusi Bolshevik. Konstruktivisme yang lahir dan terpengaruh oleh ekspresionisme ini kemudian berkembang lagi menjadi Produktivisme yang lebih memvisualkan daya guna pada masyarakat/sosial dibandingkan menjadi alat propaganda kepentingan pemerintah Soviet. Konstruktivisme banyak mempengaruhi desain grafis ketika seniman-seniman aliran ini mengajar di sekolah Bauhaus, Republik Weimar (sekarang Jerman). El Lissitzky banyak bereksperimen dengan fotogram (memotret tanpa kamera, namun dengan kertas foto dan cahaya di kamar gelap) Karya yang terkenal adalah 'Beat The White With the Red Wedge' oleh Lissitzky yang kemudian dipakai oleh Lenin sebagai poster propaganda.

- Revolusi Bolshevik

De Stijl (Holland Modernism), nama majalah seni Belanda (1917-1931). Tokohnya Piet Mondrian.

Ciri De Stijl:

Tidak representasional, tidak ilustratif ataupun naratif. Menggunakan bentuk-bentuk geometris, dengan konstruksi yang sangat teknis. Merupakan perkembangan dari aliran konstruktivisme.



Gambar 2.17. Gaya Desain De Stijl

Mondrian awalnya dipengaruhi oleh kubisme Picasso, namun ia menghilangkan berbagai garis lengkung dan hanya menyisakan garis vertikal dan horisontal. Gaya ini disebut Neo Plastisisme.

- Neo Plastisisme

Neo Plastisisme adalah bagian dari De Stijl yang menekankan kelenturan bidang dengan memanfaatkan garis vertikal-horisontal dan warna biru-merah-kuning-hitam-putih. Karyanya yang terkenal adalah Composition with Red, Yellow, Blue and Black Composition (1921).

Bauhaus (Germany Modernism) Berdiri 1919 di Weimar (Jerman), berasal dari Bauen (to build) dan Haus (house). Oleh Walter Gropius.

Gropius, Otto Dix, Max Beckman tadinya bergabung dalam gerakan German Werkbund yang mendukung perang sebagai solusi unjuk kekuatan Jerman. Namun setelah itu mereka menerbitkan petisi anti-perang, yang menyatakan bahwa kaum intelektual harus melakukan perpindahan dari perang fisik menuju pertempuran budaya.

Gropius kemudian mereformasi sistem German Werkbund menjadi sistem pendidikan yang disebut ‘ Staatliches Bauhaus-Weimar’

Bauhaus adalah sistem sekolah yang menggabungkan seni terapan, yakni arsitektur, seni, desain, dan kriya sebagai satu kesatuan bersama teknologi. Konsepnya adalah industrialisasi hanya dapat diterima melalui kemampuan seni dan ide yang cemerlang. Bauhaus adalah upaya membangun Jerman akibat perang dengan meningkatkan mutu desain di era industri dengan harga yang murah.

Prinsip pengajaran Bauhaus:

- Dipengaruhi oleh seni ekspresionisme
- Menggunakan ‘garis bauhutte’(master/ahli---journeyman/pengembara---apprentice/murid magang)
- Menggabungkan seniman dan kriyawan
- Pendekatan rasionalisme dan desain untuk mesin

Para desainer yang pernah menjadi direktur Bauhaus adalah:

1. Walter Gropius (hingga 1928)
2. Johannes Itten
3. L. Mies Van der Rohe
4. Van der Rohe yang terkenal dengan konsep ‘Less Is More’ dikemudian hari.

- Huruf Universal yang diciptakan Herbert Bayer (1925)

Ide-ide baru diberikan oleh Paul Klee dan Vassilly Kandinsky yang mengajar Bauhaus tahun 1920-1921. Klee menerapkan senirupa modern dengan seni primitif dalam komunikasi visual. Kandinsky memakai konsep bahwa warna dan bentuk memiliki nilai-nilai spiritual dan makna tersendiri. Johannes Itten menerapkan metode kursus yang sampai sekarang masih dipakai pada pendidikan tinggi desain.

Bauhaus dibubarkan oleh Hitler (1933) karena terlalu universal dan kurang nasionalis serta dituduh komunis Bolshevik. Para desainer beremigrasi ke Amerika antara lain Lazlo Moholy-Nagy yang menciptakan New Typography. Para desainer eks-Bauhaus mencoba mendirikan kembali Bauhaus di Amerika, namun tidak bertahan lama.

Jasa Bauhaus yang terbesar bagi dunia adalah:

Menciptakan metode pendidikan senirupa, desain, kriya dan arsitektur yang terpadu, dan Memberi bentuk yang jelas mengenai apa dan bagaimana desain modern (yang kemudian terkenal dengan ‘international style’)

- New Typography

Tokohnya adalah Lazlo Moholy-Nagy yang membuat eksplorasi tipografi pada karyanya, sebab tipografi adalah alat komunikasi yang kuat dari bentuknya. Untuk itu *clarity*, dan *legibility* sangat penting.

Tokoh yang lain adalah Jan Tschichold yang terkenal dengan buku tentang dasar-dasar desain tipografi. Beberapa pemikiran yang diaplikasikan pada karyanya adalah: susunan huruf asimetris, Variasi ukuran dan ketebalan pada stroke, dengan susunan desain vertikal/horisontal. Pada awalnya aplikasi International Style mendapat kritik tajam dari desainer Amerika yang menggunakan gaya tradisional yang lebih ‘lentur’



Gambar 2.18. Gaya desain New Typography

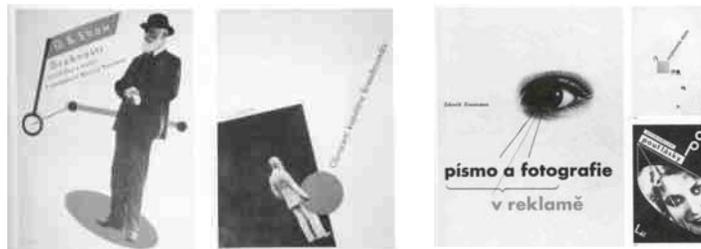
- International Style

Gaya ini seringkali memanfaatkan teknik fotomontage yang dikembangkan El Lissitzky, sehingga berkesan nyata, menggunakan huruf sanserif, dan italic sehingga berkesan modern sesuai standar khas international style Indonesia Tempo Doeloe. Gaya ini merupakan adaptasi dari berbagai gaya visual yang dibawa terutama dari pemerintah kolonial Belanda.

Ada plakatstijl, de stijl, art deco, art nouveau, art and craft, bahkan gaya modernisme yang mengedepankan pendekatan persuasi untuk mempromosikan suatu produk.

Ciri ciri khusus gaya Indonesia tempo doeloe (Indische mooii) adalah:

- Memvisualkan bentuk, ornamen, figur, karakteristik yang khas Indonesia yang mewakili komunitas target marketnya (bahasa , aksara, figur priyayi, rakyat jelata pribumi, dan peranakan tionghoa, arab)
- Tema komunikasinya berkisar penawaran produk sehari-hari, perjuangan kemerdekaan, lowongan kerja/karier, sampul buku, brosur wisata, sampai poster film.
- Gaya bertuturnya ‘hard sell’ dengan kadang-kadang memakai pendekatan dramatisasi, memvisualkan bagian dari cerita rakyat/legenda, atau sosok ideal masa itu seperti tentara, wartawan, priyayi, dll sebagai pendekatan verbal visual pesannya.
- Teknik produksi memakai sablon, teknik cetak offset, teknik brush/semprot, duplikasi manual, komik strip, maupun foto montage.



Gambar 2.19. Gaya desain International Style

- Art Deco

Berasal dari Paris Exposition des Art Decoratifs et Industries 1925 di Perancis. Art Deco tidak dianggap sebagai aliran, namun hanya gaya atau kecenderungan dalam desain. Kehebatan mesin, transportasi, pesawat terbang, kapal, industri otomotif menajdi inspirasi gaya ini. Art Deco dipengaruhi oleh Kubisme dan Fauvisme serta gaya Mesir dan Indian

Aztec. Gaya ini banyak diaplikasikan pada desain grafis, arsitektur, produk industri, furnitur. Jika kaum modernis 'ngotot' pada fungsionalisme dan formalisme, maka Art Deco tampil mewah, dan selera kelas atas.

Art deco banyak menggunakan bahan-bahan mahal, dan sedikit ornamen hias. Ornamen yang digunakan lebih beraturan dan menggunakan garis-garis lurus atau persegi (rectilinear).

Art Deco adalah kecenderungan murni gaya tanpa ideologi apapun. Di Perancis perkembangan Art Deco dipengaruhi oleh dunia mode.

Art deco banyak menggunakan gradasi warna yang halus, efek kilau atau lengkungan logam. Art Deco tak selalu berhubungan dengan kemewahan, namun menggunakan bahan sederhana untuk menampilkan kesan mewah.

Art Deco untuk arsitektur di Amerika justeru dipakai untuk menekan biaya produksi. Di Amerika disebut 'Gaya Odeon' sebab banyak diaplikasikan pada gedung bioskop jaringan Odeon di Amerika.

Art Deco di Jerman mengasimilasikan gaya Bauhaus dengan bentuk-bentuk ekspresif, dan digunakan untuk menampilkan kesan futuristik. Art Deco di Swiss adalah percampuran gaya Art Deco Perancis yang romantis dengan Art Deco Jerman.



Gambar 2.20. Gaya Desain Art Deco

- Dari Art Deco ke Streamline

Bila New Typographie menekankan fungsi dengan bentuknya, maka Art Deco adalah mementingkan kebebasan, anarkis, dan suasana karnaval. Menurut Tollmer (desainer Art Deco, Perancis)...layout Art Deco harus bebas dari segala aturan. Untuk kombinasi yang paling bervariasi, buanglah susunan elemen pada sumbu vertikal horisontal. Gunakan komposisi miring (oblique) atau lengkungan.

Prinsip diatas kemudian menimbulkan wacana baru aplikasi periklanan tentang bentuk yang mengikuti aerodinamika dan hidrodinamika. Desain produk teknologi harus dapat mengurangi hambatan udara dan angin.

Sehingga desain badan pesawat dan mobil harus memiliki garis dan bentuk ramping dan lurus sehingga disebut streamline. Namun karena semangat ‘menghias’ dari Art Deco, maka penerapan streamline hanyalah alasan dekoratif saja, sebab hanya diterapkan pada benda yang sesungguhnya tidak membutuhkan pengurangan hambatan udara/air. Di Indonesia contohnya Logo Gudang Garam.

- Streamline

Streamline digunakan pada desain alat rumah tangga yang tak berhubungan dengan hambatan karena alasan agar tampak moderen pada kesan visualnya. Bahkan di Amerika dianggap sebagai a symbol of modernity, and was accepted as ‘The American machine style’. Walau pada masa depresi sekalipun (1930-an) para desainer spt Henry Dreyfuss, Raymond Loewy, dan Norman Bell Geddes mempunyai konsep estetika relatif, yakni bahwa desain sebuah barang hanya berlaku pada masa tertentu dan untuk kebutuhan tertentu saja. Akibatnya usia produk/desain menjadi makin cepat, karena cepat usang.



Gambar 2.21. Gaya desain Streamline

- Streamline VS International Style

Dunia periklanan ikut andil menciptakan relativitas dan pola konsumtif, sehingga di Amerika pada tahun 1930-1960 disebut sebagai consumer age. Walau sama-sama universal dan bermuara pada konsumen,

gaya Streamline berbeda dengan gaya Bauhaus yang international style. Streamline cenderung pada nilai estetis yang sementara/sesaat, yang cenderung cepat berubah sesuai dengan perkembangan jaman, sedangkan International Style cenderung pada konsep 'standard of excellence' yakni nilai-nilai yang abadi dan universal.

Alternatif kedua kutub gaya tadi adalah gaya desain Skandinavia (Finlandia, Norwegia, Swedia) yang mana kuat pada craft (kriya) dan seni tradisional. Didukung hasil hutan dan menjunjung tinggi konsep kedaerahan yang diterapkan pada desain mebel, dan keramik. Ciri desain Skandinavia adalah curvilinear dan ergonomis karena memanfaatkan juga sisi kebutuhan psikologis manusia pada konsep desain modern (ergonomis, indah, dan efisien. Desain Skandinavia juga berharga murah dan bersifat masal. Desainer yang terkenal adalah Alvar Aalto, Paimio, Bruno Mathson.

- International Typographic Style

Gaya ini disebut juga gaya Swiss, karena berkembang dari sana hingga Jerman sesuai PD II. Gaya ini sangat kuat pengaruhnya bahkan hingga kini. Gaya Tipografi Internasional ini sering dikaitkan dengan Konstruktivisme, De Stijl, Bauhaus, dan New Typography.

Ciri gaya ini adalah letak yang asimetris, sistem grid yang berdasarkan psikologi persepsi, harmonisasi penyusunan huruf, sans serif (Helvetica dan Futura) disusun justify, kolom teks yang sempit untuk melegakan mata, mengutamakan foto bukan gambar sebagai konsep 'lebih faktual'. Pemecahan masalah desain mengacu pada objektivitas, keilmuan dan universal.

Tokohnya Max Bill yang juga ikut menyusun kurikulum Institut Desain Ulm Jerman tahun 1950. Tokoh yang lain adalah Emil Ruder, dan Armin Hoffman.

Gaya ini mengilhami desain corporate identity di Amerika Serikat, terutama pada komposisi yang berkesan geometris.



Gambar 2.22. Gaya desain International Typographic Style

- New York School

Berkembang tahun 1960 di AS, tokohnya Paul Rand, yang mengeksplorasi pesan dan divisualkan melalui simbol-simbol, sehingga pesan biasa menjadi unik. Karyanya No Way Out (1950), Saul Bass mendisain poster film 'The Man With The Golden Arm' (1955). Di bidang tipografi, aliran ini berhasil memanfaatkan huruf sebagai sebuah ilustrasi dan logo yang menarik. Adalah Herb Lubalin yang dikutip Meggs, 1992. 'making type Lubalin's wit and strong message orientation enabled him to transform words into ideographic typograms about the sub'



Gambar 2. 23. Gaya desain New York School

- Corporate Identity sebagai gaya tanda visual

Identitas perusahaan mengalami kemajuan pesat setelah Peter Behrens mendesain sistem tanda bagi AEG (perusahaan elektronika di

AS). Logo menjadi sistem tanda dan sistem pembangun citra dalam ingatan konsumen. Prinsipnya ‘Good Design is good business’

Pada perkembangan selanjutnya muncul logo-logo yang hebat dan terkenal sampai sekarang. Misalnya Giovanni Pintori perancang Olivetti, William Golden merancang CBS, Paul Rand mendesain logo ABC, IBM (1956 lalu disempurnakan 1975). Saul Bass perancang logo AT&T. Lance Wyman pendesain Olympiade Mexico 1968, Roger Cook & Don Shanosky mendesain Sistem Tanda Departemen Transportasi AS, Otl Aicher untuk Olympiade Munchen 1972.

Periklanan pada jaman ini berkembang pesat dengan pendekatan baru yang memakai simbolisasi. Contoh iklan VW Beetle oleh Jim Brown, Helmut Krone, dan Bernbach yang memakai simbol think small, lalu *ugly but got you there* yang divisualkan dengan alat pendarat bulan yang berkesan jelek pada Apollo 11.

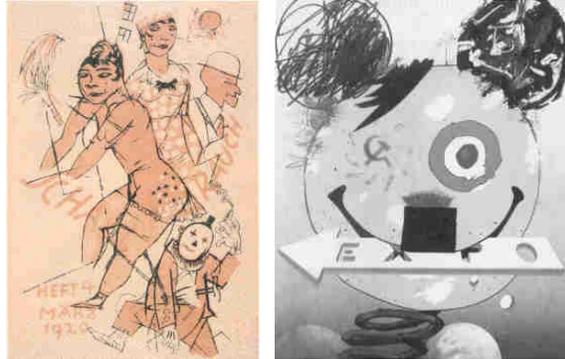
Iklan VW memakai pendekatan simbolisasi ‘Irit dan awet’ untuk melawan mobil produksi Amerika yang ukurannya besar, dan boros bahan bakar. VW mengatakan bahwa bentuk tak perlu berubah, namun penyempurnaan mesin yang selalu berubah lebih baik.

- Post-Modern

Post-Modern adalah:

- Kritik terhadap modernisme,
- Menolak gaya hidup mapan generasi tua
- Sikap kritis yang mendukung paham/issue-issue dunia ketiga (agama Budha, Yoga, anti perang, Che Guevara, komunisme dan paham kiri..dll)
- Mengakomodir individu yang terkikis akibat budaya massal.

Ada gaya tertentu yang lebih merupakan protes dan penonjolan ekspresi individu, sejak sebelum PD1 sampai setelah Vietnam (1960-an).



Gambar 2.24. Gaya desain Post-Modern

- Dada

Aliran seni anti estetis dan anti art yang berkembang di Swiss. Cenderung absurd dan nihilis. Dada berarti ‘kuda kayu mainan’ oleh Hugo Ball, Tristan Tzara dipakai sebagai sikap protes terhadap perang dunia pertama yang bikin manusia menderita. Mereka bilang bencana perang disebabkan oleh sikap pengagungan berlebih terhadap logika dan rasionalisme. Sehingga harus diatasi dengan cara chaos, anarki politik, emosi alamiah, intuisi dan sikap irrasional.

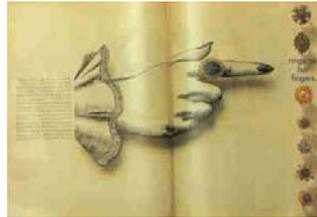
Di New York, Dada dikembangkan oleh Marchel Duchamp yang mengirim sebuah kloset urinoir pada sebuah pameran, ketika nilai-nilai seni dilembagakan oleh kekuasaan dan dikomersialkan oleh pemilik galeri. Dada dianggap sebagai penemu montage fotografi. Di Jerman Dada menjadi media protes terhadap hegemoni militerisme dan protes anti media pers.



Gambar 2.25. Gaya desain Dada

- Revivalism

Di Amerika, desain Pop Art dipakai sebagai upaya mengangkat lagi unsur-unsur tradisional Amerika atau idiom-idiom dalam koran dan komik, seperti pemakaian teknik warna blok datar, outline pada komik, dan foto montase. Yang berkaitan dengan seni tradisional adalah: tipe huruf, ornamen tradisional, dan mengangkat kembali Art Deco, Art Nouveau. Gaya ini disebut Revivalism.



Gambar 2.26. Gaya desain Revivalism

Dampak Pop Art adalah maraknya memakai poster sebagai media ekspresi dari gerakan protes (hak asasi, lingkungan hidup, anti perang Vietnam, cinta damai, pembela hak wanita. Karena media poster dan aplikasinya yg seperti itu maka masyarakat awam memberi stigma media ini dengan anti kemapanan, musik rock, obat-obat psikotropika, lalu muncullah gaya yang disebut Psychedelic Art.

-Psychedelic Art

Gaya Psychedelic ini sering dikaitkan dengan gaya poster seperti orang kecanduan obat. Para pedesainnya otodidak dan klien mereka adalah group rock dan promotor tari Tarian dan musik bersuara keras menggunakan teknik pencahayaan berkelau dan warna-warni yang dipantulkan/disiramkan ke seluruh panggung dan penyanyinya.

Ciri khas poster Pop Art Psychedelic ini adalah:

Warna-warna terang, cerah dan kombinasi warna-warna komplementernya (hijau-merah, ungu dengan oranye)

Menggunakan garis lengkung dan lentur yang membuat gambar menjadi tidak realis dan tidak jelas. Tipografi dibuat melengkung-lengkung

berirama hingga sulit terbaca. Foto dibuat high contrast, atau menggunakan warna komplementer. Ketidakpercayaan pada modernisme kemudian menyatu dengan perkembangan teknologi informasi yang makin pesat, sehingga munculah wacana majemuk, *global village*.



Gambar 2.27. Gaya desain Psychedelic Art

Pada desain grafis menghasilkan eforia dan kegegap-gempitaan kemajuan teknologi repro-grafika-digital. Beberapa konsep berkaitan dengan global-village adalah:

- Eklektisme

Adalah upaya atau pemikiran untuk menggabungkan nilai dan unsur lama dengan unsur baru, tradisional dgn lokal. Eklektik eropa adalah mengangkat kembali gaya klasik Yunani, untuk Indonesia dapat berarti mengangkat dan memadukan unsur tradisional Jawa, Sumatera, Bali, dan lainnya. Narasi Kecil, Lyotard mengartikan Posmodern sebagai ketidakpercayaan terhadap segala pemikiran, referensi atau narasi besar (pemikiran yang menguasai totaliter). Kalau narasi besar adalah Liberalisme/kapitalis, sementara narasi kecil adalah Marxis. Narasi kecil yang lain adalah feminisme, persamaan hak bagi gay dan lesbian, etnografi, lintas budaya dan lainnya.



Gambar 2.28. Gaya desain Eklektisme

- Deskonstruksi

Modernisme percaya pada keteraturan, formalitas yang rasional, maka posmodern menolak semua itu dengan memunculkan konsep dekonstruksi. Namun sebagian pemikir posmodern percaya bahwa modernisme dapat diperbaiki sebagian demi sebagian tanpa harus menolak dan menciptakan dekonstruksi.

- Parodi

Modernisme bersifat rasional, fungsionalisme, teratur, sistematis. Posmodern menolaknya karena dianggap menghilangkan nilai-nilai kemanusiaan yang penuh dengan perasaan. Karena itu muncul upaya utk memandang sesuatu secara menyimpang (baca: menertawakan) dari apa yg dianggap wajar oleh sistem sosial yang berlaku.

Estetika posmodern disamping munculnya kembali penghargaan pada nilai-nilai manusiawi, kemampuan teknologi, sentuhan ekspresif dalam desain dan kriya.

Hilangnya batas seni dan kehidupan. Banyak karya seni ditampilkan diruang-ruang publik, trotoar, tembok jalan, eksperimental seni, seni kejadian, konsepsi, instalasi, dll.

Hilangnya batas seni budaya tinggi dan budaya pop. Karya seni yang baik tidak harus di galeri dan dengan kurasi yang ketat tapi dpt dihasilkan seniman jalanan/tradisional yang otodidak. Maka muncul istilah 'Kitsch' yang dianggap tanpa nilai estetika, hanya tujuannya tampil menarik berdasarkan kriteria umum yang paling 'rendah'.

Seni model kitsch muncul didalam karya grafiti, ekspresif dan tak diketahui siapa yang menggambar. Bahkan upaya menggambar diam-diam

juga bagian dari proses kesenian mereka. Pada desain grafis anti art ini berkembang Gaya Punk

Metafora dan makna alternatif.

Kalau pada karya modernisme cenderung dibuat agar bermakna tunggal, maka dalam posmodern muncul kembali pengkajian semiotika untuk 'menafsirkan' seni agar mengakomodir nilai-nilai kemanusiaan (keberbedaan yang melekat dalam diri manusia)

Dalam desain grafis, posmodern erat kaitannya dengan kecenderungan musik, teknologi komputer dan elektronika. Secara garis besar, desain posmodern terbagi menjadi dua gaya:

- Punk dan New Wave

Pengelompokan gaya yang termasuk Punk ataukah New Wave menjadi sulit, sebab para desainer cenderung mengakomodir keduanya, tergantung tujuannya.

Punk/Anti desain. Muncul pertama kali di Inggris, karya-karyanya cenderung memberontak untuk menciptakan kejutan. Menggunakan gaya kolase dari gambar-gambar yang telah terpakai, robekan kolase sering membawa kesan berani dan kasar walau tetap ada yang menggunakan komputer. Tokohnya adalah Jamie Reid (desainer sampul album kelompok Sex Pistol), Nevile Brody, David Carson, Gert Dumbar, dan Studio Grapus

New Wave. Masih menggunakan unsur/teknik desain Swiss modern. Bedanya dengan Punk adalah masih mementingkan unsur keterbacaan disamping estetis dan teknik komputer. Berkembang di Amerika dan Eropa dengan tiadanya perbedaan mendasar pada karya-karyanya. Tokohnya Wolfgang Weingart, Odermatt dan Tissi di Eropa, sedang di Amerika ada Greiman Alchimia. Desain posmodern terutama dipelopori oleh desainer yang tergabung dalam studio Alchimia di Italia dengan tokohnya Alessandro Mendini. Alchimia menggunakan banyak ketrampilan tangan dan warna serta bentuk dekoratif ataupun simbol-simbol masa lalu dalam desainnya.

Memphis. Tahun 1980 Ettore Sottsass, JR desainer Alchimia memisahkan diri dan membentuk kelompok desain Memphis dengan

aplikasi di furniture, perlengkapan lampu, dan keramik. Tokoh yang lain adalah Michele De Lucchi, Andrea Branzi, Arata Isozaki, Shiro Kuramata, serta Michael Graves.



Gambar 2.29. Gaya desain Punk



Gambar 2.30. Gaya desain New Wave

-Beda dgn Alchimia.

Memphis untuk komersial, Alchimia orientasinya eksperimen
 Memphis tak ada simbol masa lalu, Alchimia menggunakan simbol historis
 Banyak kritikus desain menilai posmodern sebagai gaya yang 'genit' mahal dalam ongkos produksi serta hanya kelanjutan dari modernisme (bukan penolakan). Victor Papanek mengatakan bahwa postmodern tak lebih sama seperti anti-seni pasca PD1 (Dadaisme) dan

pop-art. Bedanya kalau postmodern dilakukan dan diapresiasi lebih luas; lintas budaya, profesi, dan lain-lain.



Gambar 2.31. Gaya desain Memphis



Gambar 2.32. Gaya desain Alchimia

- Eksperimental Digital (Neo Ekspresionism)

Merupakan kepanjangan dari postmodern. Era ini diusung oleh *Cranbook Academy of Art*, Michigan sebagai dekonstruksi yang secara konseptual diartikan sebagai meniadakan dan menyingkari tatanan. Sementara secara visual diaplikasi praktis oleh majalah *Emigré*, *Fuse*, dan *Ray Gun*.

Majalah *Emigré*, adalah sebagai laboratorium *Macintosh Computer* dengan tendensi aplikasi mengekspose tipografi. Majalah *Fuse*, yang dikomandoi Neville Brody dan John Wozencroft mengembangkan 'new estetika' dengan mengolah dan melakukan eksperimen pada font (tipografi digital).

Ray Gun mengikuti *Emigré* yang mengeksploitasi software dari sistem *Macintosh* dengan antara lain mengolah leading negatif,

overlapping, layer, komposisi halaman yang *absurd*, yang kemudian digilai serta jadi simbol kultur anak muda.



Gambar 2.33. Gaya desain Neo Ekspresionism

- Fontism

Munculnya program Fontografer yang memudahkan orang mendesain huruf secara digital. Munculnya kecenderungan mengekspresikan dengan huruf tanpa peduli struktur tradisi, sehingga muncul jenis huruf yang aneh, *unlegible* dan *custom type*.

Controlled Chaos (chaos yang dikontrol)

Salah satu ciri postmodern dalam desain grafis adalah kacau, rusuh, dan membingungkan, tapi menjadi terstruktur karena melalui komputer yang didalamnya menggunakan program yang terstruktur, berbasis matematis, serta selalu diupdate.

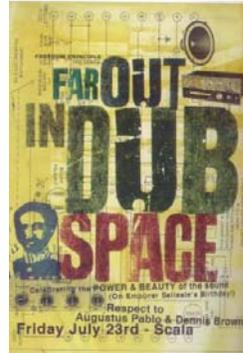


Gambar 2.34. Gaya desain Fontism

- Rave (Keriaan)

Gaya Rave adalah memadukan Neo-Psychedelic, Japanimation, dan image *video game* dengan sentuhan *techno* yang memadukan musik

serta grafis. Yang mengusung gaya ini adalah group musik, tari, dan club-club santai *after hours*. Aplikasinya dalam bentuk poster, kartupos, undangan dan brosur yang kemudian jadi souvenir *event* tersebut.



Gambar 2.35. Gaya desain Rave (Keriaan)

- Kinetics (Motion Tipografi Kontemporer)

Dengan ditemukannya Web sebagai new media maka komputer dipakai sebagai alat bantu untuk memvisualkan efek-efek gerak tersebut.



Gambar 2.36. Gaya desain Kinetics

- New Simplicity (Neo-Modern)

Merupakan gaya yang ‘berlawanan’ dengan gaya dekonstruksi. Cirinya meminimalisasi layer bidang teks dan gambar pada desain sehingga visualisasi tampak polos dan sederhana. Bedanya dengan gaya Swiss International terletak pada konsep personalitas (subjektifitasnya). Memakai warna pastel, sederhana bentuk, miskin ornamen tapi sangat memikat. Bentuk sederhana dipakai untuk memudahkan produksi pencetakan dan kecepatan navigasi pada internet.



Gambar 2. 37. Gaya desain New Simplicity

2.4.2. Sejarah Gaya Desain Pop Art

Pop art (kesenian/kebudayaan ngepop) menurut "Britannica Enciclopedia" berkembang awal tahun 60-an, tokohnya antara lain Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg dan Robert Indiana. Pop art sendiri merupakan karakter penggambaran semua aspek dari kebudayaan populer yang memberikan dampak yang kuat dari kehidupan kontemporer. Ikonografi yang dipakai diambil dari televisi, buku komik, majalah film, dan semua bentuk advertising yang disampaikan secara empati dan objektif tanpa memuja atau penghukuman tetapi dengan menunjukkan kesegaran dalam arti tetap menunjukkan ketepatan teknik komersial yang dipakai media dari ikonografi yang dipinjam.



Gambar 2.38. Andy Warhol

(Sumber: http://en.wikipedia.org/wiki/Category:Andy_Warhol)

Selain itu, gerakan pop art merupakan upaya untuk kembali lebih objektif dan umum dalam menerima karya seni. Pada saat itu, ada

dominasi seniman abstrak ekspresionis Amerika dan Eropa. Gerakan ini sekaligus merupakan penentangan dan penolakan pada supremasi seni tinggi dan seni *avant-garde*. Jadi pop art merupakan refleksi dari faktor sosial dan situasi yang dihadapi masyarakat -- yang secara mudah dan cepat dieksploitasi media massa.

Walaupun kritik terhadap pop art, sebagai seni yang vulgar, sensasional, tanpa estetika atau sekadar *joke*, tetap diakui dan mendapat dukungan dalam dunia seni sebagai bagian dari demokrasi dan gerakan tanpa diskriminasi. Sehingga, pop art menjadi seni kebersamaan pandangan, baik oleh pengamat seni maupun orang yang tidak mengerti apa itu seni. Pop art sendiri merupakan keturunan dari dada, yaitu gerakan nihilisme di tahun 1920, di saat semangatnya adalah perlawanan kontemporer terhadap seriusnya dominasi parisia art.

Istilah pop mulanya muncul dari penamaan gerakan *pop art*, yakni sekelompok seniman Amerika yang ingin mencari terobosoan dalam seni rupa, setelah jenuh dengan abstraksionisme yang mengurung seniman dan penikmatnya dalam kesendirian reflektif. Kalangan pop art ini, Andy Warhol, Roy Lichtenstein, dan lain-lain, ingin “mengembalikan” kesenian atau senirupa ke dalam kehidupan publik sehari-hari. Itulah sebabnya Warhol menjadikan produk rumah tangga, makanan, minuman, merek, bintang film, iklan, dan lain-lain, sebagai bahan eksplorasi.



Gambar 2.39. Salah Satu karya Pop Art
Karya Roy Lichtenstein (Drowning Girl)

(Sumber:

http://en.wikipedia.org/wiki/Image:Roy_Lichtenstein_Drowning_Girl.jpg)

Pelopop pop art Amerika Andy Warhol membuat repetisi foto artis Marilyn Monroe dengan teknik cetak *silk screen*, hasilnya wajah artis legendaris Hollywood itu muncul dalam berbagai warna yang tidak sesuai dengan aslinya.

Lalu, dalam perkembangannya, penggunaan istilah pop dirancukan dengan istilah populer yang berasal dari *popular culture*, yang mengindikasikan fenomena kebudayaan massa, atau kebudayaan hiburan. Sebuah kondisi masyarakat yang hidup dalam gairah industri dan teknologi produksi yang mengejar kuantitas, jumlah besar. Padahal, gerakan *pop art* hanyalah kegiatan sekelompok seniman ”serius namun ugal-ugalan”, yang melegitimasi karya mereka sebagai seni publik.

Namun istilah pop dari *pop art* itu, secara terbuka kini dapat diterima sebagai pelabelan atas kebudayaan massa, yang berkonotasi hiburan. Apalagi ketika ideologi massa budaya populer semakin merambat ke banyak sektor kehidupan, tidak lagi hanya di kesenian, tapi juga ke gaya hidup, makanan, busana, wisata, arsitektur, olahraga, dan lain-lain. Tentang istilah populer ini, para pengamat meminjam pengertian yang diberikan Raymond Williams (1980), yakni: banyak disukai orang, jenis kerja rendah, karya yang dibuat untuk menyenangkan orang, dan budaya yang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri.

2.4.3. Macam-macam Gaya Desain Pop Art

Penggambaran figur-figur dengan warna-warna mentereng dan datar, minimalis, bahkan hampir mirip siluet, adalah karakteristik pop art. Karakteristik lainnya adalah ketertarikan terhadap budaya populer yang ditunjukkan ikon tokoh idola atau objek. Dedengkot pop art Amerika Andy Warhol membuat repetisi foto artis Marilyn Monroe dengan teknik cetak *silk screen*, hasilnya wajah artis legendaris Hollywood itu muncul dalam berbagai warna yang tidak sesuai dengan aslinya. Itu saja Andy juga masuk ke dalam berbagai media ekspresi, termasuk ke video dan terbukti kemudian, walau dia mengambil ikonografi dari media iklan saat itu,

karyanya menjadi inspirasi karya grafis untuk iklan puluhan tahun kemudian.

Selain Marilyn Monroe, Sebut saja tokoh seperti Che Guevara dan Jim Morrison atau brand keseharian populer, seperti Coca Cola, burger, skateboard. Pengaruhnya karakteristik pop art hingga saat ini dapat kita rasakan terutama pada desain wardrobe distro-distro yang bertebaran di seluruh pelosok kota.



Gambar 2.40. Salah Satu karya Pop Art

Marilyn Monroe

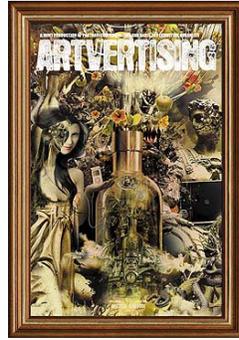
(Sumber:

<http://www.flickr.com/photos/14828341@N02/1565575904/>)

2.4.4. Perkembangan Gaya Desain Pop Art di Indonesia

Di awal tahun 2006 sejumlah seniman muda untuk berkumpul di museum baru saya guna membicarakan sebuah pameran yang bertajuk "ArtVertising". Mereka adalah seniman yang walaupun muda namun sudah punya nama. Mereka juga mempunyai macam-macam gaya.

Pada waktu itu ada rekan seniman yang mempertanyakan apakah seniman macam Nasirun dan Pupuk dengan gaya mereka bisa ikut dalam pameran ini. Rupanya orang tersebut tak bisa membayangkan gaya Nasirun dan Pupuk bisa diaplikasikan kedalam "pop-art" karena untuk pameran "ArtVertising" yang berhubungan dengan reklame ini gaya paling cocok memang gaya "pop-art" yang berasal dari popular art, seni yang berhubungan dengan produk-produk untuk konsumen, pelopornya adalah Andy Wharhol.



Gambar 2.41. Poster Pameran ArtVertising bergaya Pop-Art
(Sumber: <http://www.garisart.com/exhibition/ex071024/pameran.htm>)

Seniman Dipo Andi, membuat karya 2 dimensional yang terdiri dari banyak panel mengenai segala yang instant yang diberi judul "Mendadak Ngepop". Ia mempromosikan segala yang instant atau menyindir? Gejala serba instant merupakan gejala masa kini, tidak hanya untuk barang konsumsi tetapi kita rasakan pula di dunia seni-rupa, ada seniman yang mendadak karyanya bergaya pop-art, ada kolektor lukisan instant yang mendadak menyukai pop-art setelah ada *boom* lukisan bergaya pop-art padahal sebelumnya tak mempunyai perhatian sama sekali.

Istilah pop mulanya muncul dari penamaan gerakan *pop art*, yakni sekelompok seniman Amerika yang ingin mencari terobosoan dalam seni rupa, setelah jenuh dengan abstraksionisme yang mengurung seniman dan penikmatnya dalam kesendirian reflektif. Kalangan pop art ini, Andy Warhol, Roy Lichtenstein, dan lain-lain., ingin "mengembalikan" kesenian atau senirupa ke dalam kehidupan publik sehari-hari. Itulah sebabnya Warhol menjadikan produk rumah tangga, makanan, minuman, merek, bintang film, iklan, dan lain-lain, sebagai bahan eksplorasi.

Di dunia musik, khususnya musik Indonesia, musik pop juga dimaknai sebagai musik hiburan. Di dalamnya sarat indikasi kebaruan sekaligus kesementaraan, mudah didapatkan, ringan (atau bahkan dangkal), hingga gampang dicerna; namun sangat digemari. Dan itulah yang tergambar dari menderasnya lagu-lagu pop para penyanyi Indonesia

sejak 1960-an hingga kini. Setiap dekade seperti memiliki penyanyinya sendiri. Agar tidak terlalu jauh ke belakang, (sekadar menyebut nama) dan masih dapat disimak saat ini: pada 1960-an dan 1970-an ada generasi band The Rollies, The Mercys, Panbers, dan lain-lain. Lalu pada 1980-an ada nama-nama Ebiet G Ade, Fariz RM, Iwan Fals, dan lain-lain. Lalu pada 1990-an ada Dewa, Padi, Slank, dan lain-lain. Sementara pada 2000-an, muncul Cokelat, Peterpan, Ungu, Kerispatih, Samson, dan lain-lain.

Kemunculan dan menghilangnya lagu-lagu mereka, sama cepatnya dengan perputaran roda industri yang menjadi penopangnya. Industri ini adalah kelindan teknologi produksi, manajemen modern, proses kerja kreatif yang semakin terkomputerisasi. Pemunculan album baru dilanjutkan dengan penyebaran yang merata, promosi gencar, sinergi produktif antarprofesi: penyanyi, pemusik, manajer iklan, televisi, radio, pemasaran, wartawan, juru rias, dan lain-lain. Lalu, tak kalah cepatnya, ketika pasar mulai jenuh, pemusik baru dengan album baru segera dimunculkan, dan lalu lagunya diperdengarkan melalui jaringan pemasaran yang sama: televisi, radio, pertunjukan, dan lain-lain.

Hingga, yang tergambar dari gelombang musik pop yang lebih dikenal sebagai industri musik pop ini adalah hingar-bingar promosi, persaingan, peniruan, pembentukan (atau kompromi) pasar, lalu terkenal. Bila gagal, secepat ia muncul, begitulah tenggelamnya. Bila beruntung, bertahan sebentar, menghilang, muncul lagi, bertahan sebentar, tenggelam, kemudian dilupakan, seperti tak pernah ada sama sekali.

Sebuah plot kehadiran yang kontras dengan perjalanan musik klasik Barat, yang terus diperdengarkan di kalangan minoritas penikmatnya. Meski sudah mengalami massalisasi melalui piringan hitam, kaset, cd, vcd, dvd, dan lain-lain., musik klasik tetap bertahan sebagai upaya mengekalkan serangkaian bunyi yang khas. Rumit tapi unik. Serius namun eksklusif. Seperti semangat yang tak bosan-bosannya mendengar ulang alunan kenangan.

Meski di sana-sini tumbuh berkembang eksperimentasi, pengolahan ulang, kolaborasi, memunculkan musik "baru" namun, musik

klasik tetap didengar sebagaimana dulu diciptakan dan diperdengarkan di gedung-gedung konser istana kerajaan, yang melindungi para senimannya.

Kondisi ini mirip dengan musik tradisional etnik, yang kini mendapatkan sambutan luar biasa sebagai kekayaan komunitas yang layak dilestarikan. Musik etnik dikenali, diperdengarkan, dan diabadikan sesuai dengan aslinya. Ia menjadi penanda akan adanya suatu kemapanan budaya, di sebuah pojokan geografi dan budaya komunitas masyarakatnya. Sementara musik pop, karena dinamika dan keringkasannya; menjadi penanda yang mudah mengenali perubahan yang terjadi pada masyarakatnya.

Hidup adalah perubahan dan kebaruan yang terus dirayakan; itu semboyan musik pop. Minat filosofi, ungkapan emosional, dan pengungkapan pemikiran tentang hidup, semua dikonkretkan dalam susunan nada-nada sederhana, mudah dicerna dan enak didengar. Di dukung lirik yang mudah dinyanyikan, diingat, namun gampang pula dilupakan. Menegaskan, betapa musik pop memang diproyeksikan sekadar hiburan. Rileksasi permukaan atas potensi naratif dan musikal manusia.

2.5. Tinjauan Aspek Historis

Pertama kali berdiri pada tahun 1994, dengan nama *The Touch*. Anggota awal terdiri dari Melanie Janine Brown, Victoria Adams, Melanie Jayne Chisholm, Geri Estelle Halliwell dan Michelle Stephenson. Mereka sebelumnya melihat iklan di koran *The Stage*; yang mencari remaja cewek yang berusia 18-23 tahun, mempunyai kemampuan menyanyi, menari, serta berkepribadian menarik. Saat audisi hari pertama, Geri tidak dapat hadir karena neneknya sakit. Beruntungnya kemudian dia mendapat kesempatan kedua. Namun tak lama kemudian Michelle Stephenson memilih mengundurkan diri dari grup tersebut dengan alasan ingin melanjutkan kuliahnya. Karena dirasa kurang pas, maka Victoria mengenalkan temannya yang bernama Emma Bunton.

Dengan masuknya Emma Bunton, akhirnya pada bulan Maret 1995, mereka tinggal di sebuah rumah kecil di Maidenhead, tempat mereka berlatih menyanyi

dan menari dengan bimbingan Chris Herbert dan ayahnya Bob Herbert yang saat itu menjadi manager mereka.

Dengan bekal pelajaran olah vokal dari Pepi Lemer, mereka mendapat pengalaman untuk mengasah kemampuan vokal mereka agar menjadi lebih baik. Jadwal mereka pun cukup padat, tiap hari dibekali latihan menyanyi, menari serta pelajaran psikologi. Kadang perselisihan kecil terjadi di antara mereka, terutama Geri Halliwell dan Melanie Brown, lalu dileraikan oleh Emma Bunton. Hari demi hari berlalu, mereka merasa sudah cukup mampu untuk menunjukkan kemampuan vokal mereka. Lalu mencari agensi yang mau merekrut mereka menjadi penyanyi. Sejak lama mereka selalu bermimpi tampil di acara-acara TV seperti *Top of The Pops* (TOTP).

Kemudian pada Oktober 1994, para kritikus dan pengamat musik berkumpul untuk menyaksikan kemampuan para cewek-cewek ini. Namun sayang belum ada yang tertarik pada mereka, karena dianggap kurang dapat menjual grup band cewek di pasaran. Kelima cewek ini tidak putus asa begitu saja, mereka terus berusaha keras menawarkan demo rekaman lagu mereka ke perusahaan musik. Dengan bekal demo lagu dan kemampuan menari, mereka mulai mencari agensi. Kemudian pilihan jatuh ke tangan Simon Fuller dari manajemen 19, dengan menandatangani kontrak pada bulan Maret 1995. Selama musim panas pada tahun itu, mereka kembali mencari perusahaan rekaman di London dan Los Angeles, yang akhirnya memutuskan kontrak dengan *Virgin Records* pada September 1995. Lalu pada musim panas tahun 1996, mereka melanjutkan untuk menulis dan merekam lagu-lagu untuk debut mereka. Saat itu pula nama mereka resmi menjadi *The Spice Girls*.

Setelah menyelesaikan lagu-lagu yang mereka rekam di studio akhirnya mereka memilih single *Wannabe* dan membuat video klip pertama pada bulan April yang disutradarai oleh Joann Camitz di St Pancras Station di London. Single pertama tersebut dirilis pada tanggal 8 Juli 1996. Sebelumnya mereka sempat tidak percaya diri karena melihat pasar musik didominasi oleh grup cowok. Namun ternyata diluar dugaan, single tersebut malah merajai puncak tangga lagu di berbagai belahan dunia, dan menggeser Robbie Williams serta George Michael. Selama 3 minggu berturut-turut single mereka bertahan di Top 10 Amerika.

Single ini menjadi debut tertinggi penjualannya setelah penyanyi legendaris “The Beatles” pada posisi 12, dengan debutnya “I Want To Hold Your Hand”. Dan tercatatlah Spice Girls sebagai artis pendatang baru terdahsyat.



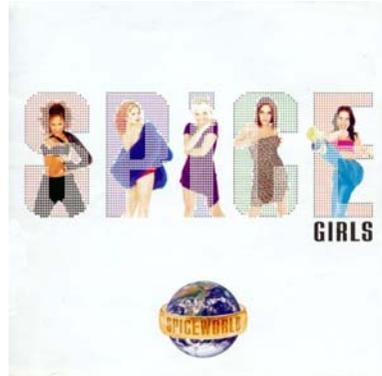
Gambar 2.42. Album pertama Spice Girls
“Spice”

(Sumber: http://en.wikipedia.org/wiki/Spice_Girls)

Pada bulan November 1996, The Spice Girls merilis album mereka “Spice” di negara Eropa. Dengan hanya 7 minggu, album Spice terjual 1,8 juta kopi hanya di Inggris, membuat The Spice Girls dengan penjualan tercepat setelah the Beatles. Sukses dengan single *Wannabe*, pada bulan Oktober dirilis single *Say you'll be there* kemudian disusul dengan single *2 Become 1* pada bulan Desember. Dengan dirilisnya 2 lagu baru tadi menambah penjualan pada puncak tangga musik di 53 negara dan menjadikannya sebagai ikon musik pop di dunia.

Pada bulan November 1997, setelah penjualannya di berbagai belahan negara mencapai 23 juta kopi, Spice Girls merilis album kedua mereka yang berjudul “Spiceworld”. Dengan berpegang pada single “Spice up your life” dipercaya dapat menjadi penjualan terbaik. Dan kemudian terjual 7 juta kopi dalam 2 minggu. Di Eropa, Kanada, dan Amerika sendiri terjual sekitar 5 juta kopi, tetapi masih kalah jauh dibanding penjualan album pertamanya. Kritik datang dari Amerika dengan perilisan album yang hanya 9 bulan pembuatannya setelah album pertama mereka dirilis. Meskipun demikian, Spice Girls dinobatkan sebagai grup pop dengan penjualan tertinggi pada tahun 1997 dan 1998. Kemudian dirilis lagu dari album “Spiceworld” terdapat “Too Much”, “Stop” dan

“Viva Forever”, dengan “Stop” yang menjadi satu-satunya lagu yang tidak menjadi no 1 di Inggris.



Gambar 2.43. Album kedua Spice Girls

“Spice World”

(Sumber: http://en.wikipedia.org/wiki/Spice_Girls)

Juni 1997, Spice memulai debut film mereka , “Spiceworld: The Movie”, bekerja sama dengan Absolutely Fabulous dan Fawlty Towers serta director Bob Spiers. Bermaksud menggandeng album, mereka mengikuti jejak film *The Beatles* pada tahun 1960 “A Hard Day’s Night”. Mereka mengajak para artis untuk ikut dalam film mereka, seperti: Roger Moore (pemeran James Bond), Elton John, Jennifer Saunders, Richard E. Grant dan Meat Loaf. Film *Spiceworld The Movie* ini dirilis pada bulan Desember 1997.

Pendapatan mereka terus meningkat dengan adanya tawaran iklan dari Pepsi, permen Chupa Cups, keripik kentang Walkers, dan juga dari penjualan pernak-pernik yang bermacam-macam (boneka figur, buku, baju, dan lain sebagainya).



Gambar 2.44. Permen Chupa Cups Spice Girls

Pada 7 November 1997, Spice memecat manager mereka Simon Fuller. Menurut buku autobiografi mereka, dimulai oleh Geri dan Mel B yang memaksa untuk pemberhentian Fuller. Mereka merasa Fuller telah mengontrol mereka melebihi kehidupan personal dan kebebasan mereka. Kemudian grup membuat tim *management* sendiri yang dipimpin oleh Nancy Philips.

Pada awal 1998, Tur dunia Spice mencapai konser yang sold-out di Eropa maupun Amerika Utara. Konser Spiceworld diadakan di Dublin, Ireland pada tanggal 24 Februari 1998 sebelum ke negara bagian Eropa dan kemudian kembali ke Britain untuk 14 *show* di *Wembley Arena* dan *Birmingham's NEC Arena*. Disini rencananya akan dibuat *Live Album*. Meskipun demo dari rekaman telah dibuat, ide tersebut akhirnya dibatalkan. Pada akhir dari rangkaian tur Eropa, Geri Halliwell melewatkan 2 *show* di Oslo, Norway; diberitakan karena gastroenteritis (kanker payudara). Bagaimanapun juga, rumor semakin cepat ketika Geri tidak kontak dengan Spice dan merencanakan untuk keluar dan setelah dia juga melewatkan penampilan "Viva Forever" pada acara amal *National Lottery*.

Pada 31 Maret 1998, Geri Halliwell mengumumkan pemberhentiannya dari Spice Girls. Melalui juru bicaranya, Julian Turton Halliwell menyatakan dia menderita kelainan makanan dan ingin beristirahat. Bagaimanapun juga, rumor mengabarkan bahwa dia tidak cocok dengan Melanie B. Berita keluarnya Geri dari grup membuat fans shock dan menjadi berita besar sepanjang tahun. Keempat personel Spice Girls yang lainnya yang sempat bingung, tetap tegar dan menjalani rangkaian tur ke Amerika pada 15 Juni 1998.

Untungnya para fans tetap dapat menerima kehadiran grup Spice Girls dengan sambutan hangat setelah Geri keluar.

Setelah rangkaian konser di Wembley bulan September, mereka merilis single baru, *Goodbye* yang mereka buat selama tur di Amerika. Single ini bertemakan tentang persahabatan mereka serta tentang keluarnya Geri. Single ini juga menjadi singel natal yang meraih puncak tangga lagu, dan lagu tersebut lalu menjadi lagu yang disukai di negara Kanada, dengan bertahan selama 16 minggu. Waktu itu pula Victoria dan Mel. B sedang mengandung. Lalu mereka sepakat untuk beristirahat sementara waktu. Mel C pun mencoba karir musik di luar Spice. Ia berduet dengan penyanyi terkenal Bryan Adams dengan lagu *When You're*

Gone. Mel B sebelumnya sukses berduet dengan penyanyi rap Missy Elliot dengan tembang *I Want You Back*. Kedua lagu tersebut sukses menjadi no. 1 di tangga lagu Inggris.

Awal tahun 1999, para personel Spice Girls berkarir sendiri-sendiri. Mel C berkonsentrasi untuk solo karir dengan menggaet produser musik Amerika, membuat album *Northern Star*. Dengan single pertamanya *Goin' Down*, Mel C tampil beda dengan rambut cepak dan musik yang nge-rock. Walaupun single ini tidak berhasil menjadi no.1, albumnya meraih sukses internasional dan mendapat penghargaan platinum. Sedangkan Emma berkolaborasi dengan band Tin Tin Out lewat single *What I Am*. Sedangkan Geri, terus berkarir dengan mengeluarkan album *Schizophonic*, dengan single *Look At Me*. Victoria tidak terlalu memikirkan urusan menyanyi dan lebih mementingkan mengurus anaknya Brooklyn dengan David Beckham. Pada tahun yang sama, Victoria menikah dengan David Beckham dan menjadi pusat perhatian media. Tentu saja Victoria tidak lupa mengundang Mel B, Emma, dan Melanie C. Di pertengahan tahun, mereka berkumpul merekam lagu-lagu baru dengan menggandeng Jimmy Jam dan Terry Lewis, produser yang menulis lagu-lagu untuk Whitney Houston dan Mariah Carey. Dan pada akhir tahun mereka mengadakan konser di *Earl's Court*, memperkenalkan lagu baru mereka *Holler*, *Right Back At Ya* dan *Woman*.

Kemudian pada bulan Maret 2000, Spice Girls diundang ke *Brit's Awards* 2000 dan mendapat penghargaan *Lifetime Achievement Award* yang setara dengan musisi papan atas seperti Bee Gees. Setelah selang beberapa bulan, mereka menyelesaikan lagu-lagu baru yang berbeda dengan album sebelumnya. Dengan mengandalkan lagu *Holler* dan *Let Love Lead The Way*, Spice Girls merilis album ketiga mereka yang berjudul *Forever*. Single tersebut berhasil menjadi no.1 lagi di Inggris. Namun penjualan album mereka dikalahkan oleh grup Westlife, dan harus mengalah menduduki peringkat 2. Berbagai promosi dilakukan demi meningkatkan penjualan, antara lain dengan tampil di acara TOTP (Top of The Pops) dan National Lottery. Puncaknya dengan diundang datang ke MTV EMA (Europe Music Awards) 2000.



Gambar 2.45. Album ketiga Spice Girls, Forever
(Sumber: http://en.wikipedia.org/wiki/Spice_Girls)

Lalu pada awal 2001, mereka memutuskan untuk melanjutkan solo karir. Setelah Mel B merilis album pertamanya *Hot*, Victoria juga merilis album *Victoria Beckham*. Begitu pula Emma dengan album *A Girl Like Me*. Hanya Mel C yang albumnya meraih sukses.



Gambar 2.46. Album Solo Pertama Emma,
A Girl Like Me
(Sumber: http://en.wikipedia.org/wiki/Emma_Bunton)

Dua tahun berlalu, berbagai rumor tentang Spice Girls akan reuni dengan formasi awal namun tidak terbukti. Pada tahun 2005, Spice Girls diundang oleh Bob Geldof untuk konser amal Live 8 di London. Secara tidak langsung, mereka harus terbentuk menjadi grup lagi. Setelah dihubungi Bob, mereka (termasuk Geri) setuju untuk tampil disana untuk merayakan ulang tahun ke-10 grup Spice Girls, namun karena Melanie B tidak bisa hadir karena terikat kontrak di Amerika maka Spice Girls batal tampil.

Rencana reuni itu terwujud baru pada tanggal 28 Juni 2007, Mel C yang semula menolak untuk diajak reuni akhirnya setuju bergabung. Spice Girls berkumpul untuk merayakan kesuksesan mereka di tahun 90'an dan sebagai tanda terima kasih kepada para penggemar yang tetap setia mendukung. Dengan menggandeng produser James King dan desainer Roberto Cavalli, Spice Girls tampil lebih dewasa dan elegan. Konser yang diadakan pada bulan Desember sampai Januari tersebut penjualan tiket habis terjual dalam waktu 38 detik karena begitu tingginya minat penggemar untuk melihat aksi kelima personel Spice Girls ini kembali. Mereka pun merilis album *The Greatest Hits* dengan single *Headlines (friendship never ends)*. Single tersebut menjadi single resmi Children In Need 2007, yang penjualannya disumbangkan untuk amal. Walaupun single tersebut tidak menjadi no. 1 namun konser dunia yang mereka jalani meraih sukses.



Gambar 2.47. Spice Girls saat konser di London
bersama anak-anaknya

(Sumber: <http://forums.denden.co.uk>)

2.6. Tinjauan Gambar Ilustrasi

Gambar merupakan salah satu wujud simbol atau bahasa visual yang di dalamnya terkandung struktur rupa seperti garis, warna dan komposisi (Tinarbuko 88).

Menggambar (*to draw*) menurut Dwi Koendoro Brotoatmodjo “Seminar dan Workshop Pekan Komik, Makalah Belajar Menggambarkan” adalah membuat bentuk dengan cara menorehkan sesuatu ke atas sebuah permukaan. Dengan *potlot* di atas kertas misalnya. Hasilnya adalah goresan yang bisa berbentuk (*figurative*) atau bisa saja tidak berbentuk (*unfigurative, abstract*). Secara teknis sudah kita pelajari sejak kita mulai sekolah. Bisa berhenti kapan saja bila kita sudah merasa puas, atau dapat dipelajari seumur hidup.

Lebih luas lagi adalah menggambarkan (*to describe*). Karena ia tidak hanya berkuat pada bentuk yang tergambar dalam bingkai, namun lebih dari itu terlukis jelas pada karya kita. Hal itu menyangkut dimensi luas yang tak habisnya kita pelajari.

Ilustrasi menurut Christine S.C. dalam jurnal Nirmana:

Ilustrasi adalah suatu bidang dari seni yang berspesialisasi dalam penggunaan gambar yang tidak dihasilkan dari kamera atau fotografi (*nonphotographic image*) untuk visualisasi. Dengan kata lain, ilustrasi yang dimaksudkan di sini adalah gambar yang dihasilkan secara manual.

Pada akhir tahun 1970-an, gambar ilustrasi menjadi tren dalam Desain Komunikasi Visual. Banyak orang yang akhirnya menyadari bahwa gambar ilustrasi dapat juga menjadi elemen yang sangat kreatif dan fleksibel, dalam arti gambar ilustrasi dapat menjelaskan beberapa subjek yang tidak dapat dilakukan dengan fotografi, contohnya untuk untuk menjelaskan informasi detil seperti cara kerja fotosintesis.

Seorang ilustrator seringkali mengalami kesulitan dalam usahanya untuk mengkomunikasikan suatu pesan menggunakan gambar ilustrasi, tetapi jika ia berhasil, maka dampak yang ditimbulkan umumnya sangat besar. Karena itu suatu gambar ilustrasi harus dapat menimbulkan respon atau emosi yang diharapkan dari pengamat yang dituju. Gambar ilustrasi umumnya lebih membawa emosi dan dapat bercerita banyak dibandingkan

dengan fotografi, hal ini dikarenakan sifat gambar ilustrasi yang lebih hidup, sedangkan sifat fotografi hanya berusaha untuk “merekam” momen sesaat.

Saat ini gambar ilustrasi lebih banyak digunakan dalam cerita anak-anak, yang biasanya bersifat imajinatif. Contohnya ilustrasi yang harus menggambarkan seekor anjing yang sedang berbicara atau anak burung yang sedang menangis karena kehilangan induknya atau beberapa ekor kelinci yang sedang bermain-main. Ilustrasi-ilustrasi yang ditampilkan harus dapat merangsang imajinasi anak-anak yang melihat buku tersebut, karena umumnya mereka belum dapat membaca (Cenadi 7-8).

2.6.1 Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Bidang Kajian

Buku bacaan sekarang dicantumkan keterangan batasan usia untuk memudahkan pembaca melihat sasaran buku bacaan tersebut, apakah anak-anak, remaja maupun dewasa. Buku tersebut sendiri dicantumkan gambar untuk memberikan pengetahuan baik tentang kehidupan sehari-hari maupun fiktif dimana terdapat pesan moral untuk memberi contoh dan pengarahan yang baik.

Gambar ilustrasi mempunyai peran yang sangat besar dalam dunia perkomikan, karena dengan gambar ilustrasi tersebutlah komik menyampaikan kesan, pesan, nuansa, cerita dan lain-lainnya. Dengan gambar ilustrasi sebuah komik dapat menimbulkan atau memunculkan imajinasi bagi pembacanya, serta dengan gambar ilustrasi sang perupa dapat mengekspresikan dirinya.

2.6.2 Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Sifat dan Fungsi

Gambar melengkapi bahasa lisan dan tulisan dalam kaitan menjelaskan keberadaan suatu obyek. Gambar memiliki kemampuan memaparkan lebih rinci dan membatasi tentang interpretasi. Gambar memiliki peran yang sangat besar dalam dunia modern, gambar membantu dalam setiap kehidupan orang sekarang ini. Menggambar merupakan upaya mengkomunikasikan isi pikiran. Ide atau gagasan yang diwujudkan

dalam diagram dan gambar ilustrasi akan memudahkan orang untuk menguraikan, menjelaskan, dan memaparkan gagasannya.

Gambar ilustrasi mempunyai fungsi (menurut wikipedia Indonesia):

- Memberikan bayangan setiap karakter di dalam cerita
- Memberikan bayangan bentuk alat-alat yang digunakan di dalam tulisan ilmiah
- Memberikan bayangan langkah kerja
- Mengkomunikasikan cerita.
- Menghubungkan tulisan dengan kreativitas dan individualitas manusia.
- Memberikan humor-humor tertentu untuk mengurangi rasa bosan.

Selain itu gambar ilustrasi bertujuan untuk menjelaskan keadaan yang dilihat, memvisualisasikan apa yang diimajinasikan, memvisualisasikan suatu ide dan konsep, menghias atau sebagai unsur dekoratif serta untuk menjembatani pemahaman terhadap bahasa verbal.

2.6.3 Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Alat

Alat yang biasa dipakai pensil, spidol, bolpoint, drawing pen, penghapus, pensil warna, kuas, dll.

Pensil berguna dalam menciptakan suatu garis-garis bantu sebelum proses *rendering*, dan bolpen yang dapat digunakan untuk menghasilkan garis-garis yang memiliki ragam ketebalan dalam membuat sebuah outline merupakan perlengkapan sketsa.

Dalam pewarnaan juga terdapat berbagai macam alat, antara lain adalah pensil warna, cat air, cat minyak, crayon, pastel, spidol, dan masih banyak lagi yang lainnya. Untuk mencampurkan cat maka digunakanlah palet untuk menghasilkan campuran cat sehingga menghasilkan warna yang dikehendaki dan air untuk menambah atau mengurangi campuran tersebut, serta untuk menentukan kepekatan dari warna tersebut.

Kertas sebagai salah satu media memiliki berbagai macam jenis dan ukuran sehingga dapat digunakan sesuai dengan yang dibutuhkan, contoh: kertas A4, A2, dll (dalam ukuran), kertas concorde, linen, buffalo, dan lain-lain.

Kuas mempunyai berbagai macam jenis dan ukuran (tebal-tipis, besar-kecil, dan bahan kuas) yang dapat digunakan sesuai kebutuhan, kuas juga seringkali digunakan untuk menulis kaligrafi karena dapat menimbulkan kesan yang artistik.

Seiring dengan perkembangan zaman dimana teknologi semakin maju, maka komputer pun mulai digunakan untuk membuat sebuah gambar ilustrasi baik itu dalam proses outline maupun pewarnaan dan *finishingnya*.

Dalam komik alat-alat yang biasa digunakan adalah pensil mekanik 0.5, kertas, kuas, spidol snowman, tinta cina (namun dapat merusak kuas), *drawing pen*, tone (rugos), pemutih I.C., pensil kayu, penghapus, penggaris biasa dan curva, *tissue* atau *cotton bud* buat arsiran, serta komputer, dan masih banyak lagi alat-alat lainnya yang dapat digunakan dalam membuat sebuah komik.

2.6.4 Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Teknik

Dalam membuat sebuah ilustrasi terdapat berbagai macam teknik yang digunakan untuk menghasilkan sebuah gambar yang menarik, dan setiap teknik memiliki kelebihan sendiri-sendiri dalam menyampaikan kesan, pesan dan nuansa. Teknik-teknik tersebut antara lain adalah:

- Teknik manual merupakan teknik dalam menghasilkan suatu gambar ilustrasi dengan hanya menggunakan keterampilan tangan saja tanpa menggunakan alat bantu mesin sehingga dapat memunculkan keunikan atau gaya khas dari setiap seniman sehingga memiliki kelebihan dalam hal estetika dibandingkan dengan teknik lainnya.
- Komputer, dengan ditemukannya komputer maka banyak gambar ilustrasi yang dibuat dengan komputer dimana dengan komputer ini dapat menghasilkan bentuk-bentuk desain yang canggih dan berlapis-lapis dalam waktu yang relatif singkat.
- Fotografi, merupakan teknik dalam menghasilkan sebuah gambar ilustrasi dengan sebuah kamera, yang proses pemotretannya

memperhatikan aspek estetis sehingga menjadi media ekspresi keindahan dan seni yang baru yang disebut Fotografi Piktoral.

- Kolase/*collage* yang berarti menempel, merupakan suatu teknik dimana suatu gambar ilustrasi dihasilkan dengan teknik menempelkan kertas, kain, gambar atau bermacam-macam benda lainnya pada suatu media atau permukaan hingga menjadi suatu kesatuan gambar ilustrasi yang menarik.

2.6.5 Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Goresan

Dry brush, merupakan teknik goresan untuk menampakkan sifat ekspresi spontan melalui alat dan teknik penggoresan. Hasil goresan yang cenderung kasar, kurang detail menjadi ciri khas teknik ini, sehingga cocok untuk menggambarkan nuansa ketegangan, keseraman, kemisteriusan, ketercekaman, dan lain-lain.

Arsir, merupakan goresan paling sederhana dalam gambar, yakni *outline* dikuasai, berlanjut pada teknik goresan yang dapat memberi kesan efek cahaya gelap terang pada permukaan obyek dan setting seputar obyek. Ada beberapa macam corak arsir, yaitu: arsir silang tegak lurus, arsir silang miring, arsir sesuai alur bentuk, arsir silang berbagai arah/bebas. Dua diantaranya, yakni arsir sikap tegak lurus dan arsir sesuai alur bentuk merupakan arsir yang mempunyai bentangan sejarah lama, bila digoreskan penggambar zaman sekarang akan terwujud hasil gambar yang “old style”. Di samping itu, dua corak ini cenderung menghasilkan arsir yang rapi dan bagus untuk dipraktekkan oleh penggambar yang sedang belajar teknik arsir.



Gambar 2.48. Teknik arsir sesuai alur bentuk
(Sumber: Buku Modul Ilustrasi I, Asnar Zacky)

Scraper, merupakan teknik pola positif negatif yang seluruh bidang gambar di rajang oleh irama garis yang cukup rapat dan rapi. *Scraper* punya sejarah yang cukup panjang ini bisa jadi menghadirkan hasil gurat/goresan yang unik sesuai kapasitas goresan manual, sebelum dan sesudah teknologi komputer grafis hadir. Pada saat sekarang teknik dapat menampilkan kesan “*old style*”.



Gambar 2.49. Teknik Scrapper

(Sumber: Buku Modul Ilustrasi I, Asnar Zacky)

Siluet Positif Negatif, merupakan teknik yang populer di bidang desain grafis ini, pada dasarnya mengolah blok hitam (positif) dan blok putih (negatif) sehingga terbentuk komposisi siluet hitam dan siluet putih yang saling isi mengisi, menyambung berselang seling membentuk corak atau gambar. Dengan menggunakan teknik ini maka secara teknis akan menghindari penggunaan *outline* obyek sebanyak mungkin.

Pointilism/Texture merupakan teknik menggambar dengan memanfaatkan kualitas permukaan satu bidang, teknik ini bersifat ekspresif, representasional, dan inovatif karena ditentukan oleh material, teknik serta kreativitas seniman atau ilustratornya.

2.6.6 Tinjauan Gambar Ilustrasi berdasarkan Gaya Gambar

Selain gaya manga dan kartun, terdapat gaya-gaya gambar antara lain: karikatur, merupakan gaya gambar humor yang menampilkan gagasan sindiran, kritikan tajam yang dikemas dalam kelucuan dan ditujukan pada pihak tertentu, biasanya menyangkut kasus nyata yang

terjadi di dalam kehidupan masyarakat. Bisa juga menampilkan gagasan personifikasi diri seorang praktic *figure*, yang kelucuannya dikaitkan dengan karakter diri, profesi, hobi, peristiwa penting, dan lain-lain.

Gaya realistis, seringkali disebut juga sebagai gaya petualangan, merupakan gaya yang dikembangkan untuk digunakan antara strip petualangan pada tahun 1930an. Gaya ini menggunakan tampilan yang tidak terlalu kartun, dan menggunakan ilustrasi di majalah *pulp* sebagai dasar. Gaya ini menjadi dasar gaya buku komik *superhero*, sejak Joe Shuster dan Jerry Siegel mengerjakan *Superman*.

Gaya Dekoratif merupakan gaya dengan menggunakan ornamen-ornamen yang tidak sepenuhnya memiliki kegunaan karena hanya memenuhi fungsi estetis atau penghias. Beberapa gaya gambar dekoratif yang terkenal adalah *Victorian*, *Art and Craft* dan *Art Nouveau*.



Gambar 2.50. Gaya dekoratif Victorian

Gaya skematis, merupakan gaya menengah, contohnya adalah Tintin, faktor utamanya adalah reduksi realitas menjadi garis mudah dan jelas. Biasanya kurangnya bayangan, fitur geometri, dan proporsi realistis. Ciri lainnya adalah gambar “lambat”, dengan hampir tidak ada garis kecepatan dan goresan semuanya hampir sama. Gaya ini juga dikenal sebagai gaya garis bersih Belgia atau *ligne claire*.

Gaya komik-dinamis, memiliki gambar yang sangat mencolok, sering menggunakan garis dengan variasi ketebalan untuk mengaksentuasi gambar.

2.7. Tinjauan Aspek Kultural

Perkembangan biografi di Surabaya juga semakin pesat, namun baru sedikit komikus yang menerbitkannya dalam bentuk komik. Adapun komik yang mengangkat tema tentang Jakarta dan permasalahannya, komik Benny & Mice, bercerita mengenai masalah yang sering terjadi di Jakarta, seperti banjir, korupsi, serta berbagai masalah ekonomi lainnya (seperti krisis moneter). Kehadiran komik dalam bentuk biografi ini sendiri menjadi cara baru dalam dunia perkomikan, yang dapat mengangkat profil/sosok seorang yang terkenal yang layak menjadi contoh dan teladan dalam kehidupan.

2.8. Tinjauan Aspek Kehidupan

Komik biografi ini ditujukan bagi masyarakat terutama para remaja karena remaja adalah generasi muda yang nantinya diharapkan untuk melanjutkan pembangunan bangsa dan negara Indonesia. Mendefinisikan remaja untuk masyarakat Indonesia sama sulitnya dengan menetapkan definisi remaja secara umum. Masalahnya adalah karena Indonesia terdiri dari berbagai macam suku, adat dan tingkatan sosial-ekonomi maupun pendidikan. Sebagai pedoman umum, kita dapat menggunakan batasan usia 11-24 tahun dan belum menikah untuk remaja Indonesia dengan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut:

- Usia 11 tahun adalah usia di mana pada umumnya tanda-tanda seksual sekunder mulai nampak (kriteria fisik)
- Di banyak masyarakat Indonesia, usia 11 tahun sudah dianggap akil balik (dewasa), baik menurut adapt maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi merperlakukan mereka sebagai anak-anak (kriteria sosial)
- Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa seperti tercapainya identitas diri (ego identity, menurut Erik Erikson), tercapainya fase genital dari perkembangan psikoseksual (menurut Freud) dan tercapainya puncak perkembangan kognitif (Piaget) maupun moral (Kohlberg) (criteria psikologik).
- Batas usia 24 tahun merupakan batas maksimal, yaitu untuk memberi peluang bagi mereka yang sampai batas usia tersebut masih menggantung diri pada orang tua, belum mempunyai hak-hak penuh sebagai orang

dewasa (secara adat/tradisi), belum bisa memberikan pendapat sendiri dan sebagainya. Dengan perkataan lain, orang-orang yang sampai batas usia 24 tahun belum dapat memenuhi persyaratan kedewasaan secara sosial maupun psikologik, masih dapat digolongkan remaja. Golongan ini cukup banyak terdapat di Indonesia, terutama dari kalangan masyarakat kelas menengah ke atas yang mempersyaratkan berbagai hal (terutama pendidikan setinggi-tingginya) untuk mencapai kedewasaan.

- Dari definisi di atas, status perkawinan sangat menentukan, karena arti perkawinan masih sangat penting di masyarakat kita secara menyeluruh. Seorang yang sudah menikah, pada usia berapa pun dianggap dan diperlakukan sebagai orang dewasa penuh, baik secara hukum dalam kehidupan masyarakat dan keluarga. Karena itu definisi remaja disini dibatasi khusus untuk yang belum menikah.

Di dalam bidang kehidupan, grup Spice Girls membawa pengaruh bagi masyarakat, di antaranya:

- Dengan slogan *Girl Power*-nya, Spice Girls ingin menunjukkan kalau wanita juga bisa maju seperti pria, dengan berpikiran positif dan mandiri
- Dengan karakter yang berbeda di dalam diri grup Spice Girls, masyarakat dapat memilih termasuk dalam karakter *Sporty*, *Baby*, *Ginger*, *Scary* atau *Posh*, serta menjadi diri sendiri.
- Dengan musiknya yang mudah diterima dan disukai oleh remaja, terutama lirik lagu yang mudah diingat.
- Dengan cara berpakaian yang *fashionable* dan menjadi ciri khas masing-masing personel, membuat masyarakat meniru dan belajar untuk menata penampilan yang menarik.