

Hibriditas Budaya Indies Dan Pengaruhnya Terhadap Gaya Desain Grafis Indonesia Kontemporer

Bedjo Riyanto

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni Rupa Dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta

E-mail: bjrianto@gmail.com

Rumusan permasalahan dalam kajian ini adalah untuk menjawab pertanyaan bagaimanakah budaya Indies menghasilkan hibriditas gaya desain grafis yang mempunyai ciri khas? Mengapa gaya desain grafis Indies mampu bertahan dan mempunyai pengaruh kuat dalam pembentukan gaya desain grafis Indonesia masa kini. Tujuannya untuk menjelaskan secara kronologis budaya Indies pada masa kolonial Hindia-Belanda mempengaruhi lahirnya gaya desain grafis Indies. Menjelaskan pengaruh gaya grafis Indies dalam rangka usaha menemukan pembentukan gaya desain grafis Indonesia di masa kini. Hasil kajian ini adalah menjelaskan perkembangan visualitas desain grafis Indies yang merupakan produk konstruksi kebudayaan pemerintah kolonial Hindia Belanda, telah mengalami puncak perkembangannya pada masa akhir kolonialisme di Indonesia tahun 1940-an.

Gaya desain grafis Indies merupakan hibridisasi antara gaya desain modern Barat yang dikembangkan oleh para seniman dan desainer grafis Belanda dengan gaya visual seni tradisional pewayangan Jawa yang dianggap sebagai warisan adiluhung kebudayaan masyarakat Jawa di masa lampau. Perpaduan itu membentuk sintesa gaya desain yang bersifat eklektik menjadi ciri khas desain Indonesia dengan ketinggian kualitas artistik yang menjadi rujukan dan sumber inspirasi bagi para perancang desain grafis masa kini.

Indies Cultural hybridity And Its Influence to the Style of Contemporary Indonesian Graphic Design

The problems of this study are intended for answering the question about how does Indies' culture produce hybridity graphic design style distinctively? Why Indies graphic design style can survive and has a strong impact in Indonesia graphic design style's establishment nowadays. The purpose is to explain Indies' culture in the period of Dutch East Indies colonialism influences the appearance of Indies graphic design style chronologically. Explaining Indies graphic design style's influence is in order to find Indonesia graphic design style's establishment nowadays. The result of the study is explaining the development of visuality of Indies graphic design style which is a product of cultural construction of Dutch East Indies colonial government which experienced the peak of its development in the late period of colonialism in Indonesia in the 1940s. Indies graphic design style is the hybridization of the western modern design style, developed by Dutch artists and graphic designers, and the traditional Javanese wayang visual art style, which is regarded as valuable cultural heritage of the Javanese community in the past. The combination formed eclectic design style synthesis which becomes the identity of Indonesian design, and due to its exquisite artistic quality, it becomes the reference and source of inspiration for present graphic designers.

Keywords : *Indies graphic design style, eclectic, hybridization*

I. PENDAHULUAN

Melihat rancangan sampul buku karya Ong Hary Wahyu (terutama untuk buku-buku terbitan Bentang), serasa berada dalam suasana kehidupan awal abad ke-20 di Hindia Belanda. Cita rasa historis yang terungkap dalam gaya desain grafis sampul buku karya Ong Hary Wahyu tampaknya sangat dipengaruhi oleh minat dan kegandrungannya sebagai kolektor desain grafis ataupun iklan-iklan peninggalan jaman Hindia Belanda. Kontur, garis, warna, pose figur-figur, tata busana, asesoris, bahkan pilihan layout menampilkan kekhasan gaya desain grafis Indies yang dipopulerkan oleh para ilustrator ataupun perancang grafis iklan Belanda seperti De Bruin, Wolters Van Blom, Van Bommel, dan lain-lain. Gaya visual Indies merupakan arus utama budaya visual yang menjadi jiwa jaman (*zeitgeist*) masa kolonial Hindia Belanda, yang mendominasi oleh aspek kehidupan masyarakat awal abad ke-20. Kehadiran kembali visualitas masa lalu yang bersifat orientalistik, di mana kaum pribumi diposisikan sebagai kaum terbelakang tradisional dihadapan masyarakat modern, justru membuat karya Hary Wahyu menampilkan identitas keindonesiaannya.

Semangat menghadirkan ingatan masa lalu dalam kemasan visual yang menjadi bagian penting budaya visual masyarakat modern kontemporer Indonesia dewasa ini, nampak pula pada kemasan produk teh merk Sari Wangi yang tampil kasual dengan langgam desain terkesan kuno tempo dulu. Diantara deretan kemasan dengan cita rasa seragam tampilan warna-warna gemerlap reproduksi digital imaging, kemasan teh Sari Wangi menjadi sangat menonjol dan berbeda.

Bagi generasi tahun 40-an gaya visual teh Sari Wangi dapat mengembalikan ingatan-ingatan kehidupan urban masa kolonial Hindia Belanda waktu itu. Keberanian Unilever sebagai produsen produk konsumsi multinasional yang memproduksi teh Sari Wangi dengan balutan citarasa visual masa lalu mampu menerobos keseragaman yang monoton (*paritas*) desain kemasan digital yang didukung kecanggihan teknologi komputer grafis yang semakin membosankan dan mendominasi pasar.

Semangat berani tampil beda ini justru mampu memperkuat *brand positioning* dalam persepsi visual konsumennya. Eksotisme gaya Indies sangat kuat tampak diterapkan pada rancangan desain gratis dengan kekuatan kontur garis pembentuk obyek yang sangat luwes, rapi, dan artistik dipadu dengan warna-warna datar cenderung kusam proses cetak *handpress*. Kemasan yang berbentuk kotak empat persegi panjang ini dipenuhi panel-panel gambar ilustrasi yang menyerupai komik pada semua sisinya. Menampilkan ilustrasi kehidupan buruh petik pribumi di perkebunan teh di masa kolonial yang giat bekerja di bawah pengawasan tuan kulit putih Belanda pemilik perkebunan (*landheer*) yang berbusana khas kostum kolonial jas tutup dipadukan celana panjang warna putih lengkap dengan topi bundar khas atribut pemilik perkebunan (*ondememing*).

Para buruh pribumi (*inlander*) dengan kostum kebaya dan jarik (kain panjang) untuk para wanitanya dan celana pangsi serta baju koko dengan destar sebagai penutup kepala bagi buruh laki-lakinya tampak digambarkan riang gembira menjalankan pekerjaannya. Pada latar belakang bidang gambar terdapat ilustrasi arsitektur pabrik-pabrik pengolahan teh dengan gaya Art Deco yang megah. Secara keseluruhan adegan-adegan yang tampil dalam panel-panel kemasan ini mampu merekonstruksikan kehidupan sosial perkebunan yang mengalami booming pada akhir abad 19 dan awal abad 20.

Semangat melacak identitas dengan membongkar kembali artefak-artefak dan ingatan masa lalu yang diaktualisasikan dan direvitalisasikan dalam jargon gaya retro tampaknya menjadi kecenderungan penting budaya visual masa kini. Banyak rancangan komunikasi visual dewasa ini seperti material promosi cetak, cover buku, kemasan kaset dan CD, desain label kemasan, desain kemasan, bahkan merambah pada ekspresi produk budaya lain seperti arsitektur, *fashion*, *furniture*, yang mengadopsi eksotisme gaya visual Indies.

Inspirasi gaya desain grafis produk kebudayaan Indies yang sangat fenomenal adalah karya novel grafis komikus Belanda Peter Van Dongen yang berjudul "Rampokan Jawa". Mengangkat obsesi psikologis komikusnya sebagai keturunan indo/mestizo (ibunya keturunan Cina yang lahir di Makasar), novel grafis ini menceritakan perjalanan

pencarian identitas yang bersifat romantis nostalgis seorang tentara Belanda Johan Knevel yang lahir di Jawa mencari pengasuhnya semasa kecil yang disebut sebagai Babu Nini.

Cerita yang mengambil *setting* waktu tahun 1947-an (bertepatan masa-masa agresi militer Belanda untuk kembali menjajah Indonesia pasca proklamasi 17 Agustus 1945) ini banyak mengungkapkan dan menjadi rekonstruksi fakta-fakta sejarah dengan ketelitian riset visual mendalam. Selama sekitar dua sampai tiga tahunan Van Dongen menghabiskan waktunya untuk melakukan studi arsip kolonial, foto-foto dokumentasi, serta film-film dokumenter dari masa kolonial sampai perjuangan kemerdekaan Indonesia (terutama periode 1940-1950-an) mulai dari Museum Tropis Amsterdam, Universitas Leiden, Arsip Nasional Jakarta sampai Museum Tentara di Yogyakarta (Van Dongen, 2004).

Karya-karya besar sastra yang merekonstruksikan suasana revolusi bangsa Indonesia seperti roman atau novel Pramudya Ananta Toer dan Mochtar Lubis juga menjadi sumber inspirasi yang memberikan bobot sastra bagi karya Van Dongen.

Dari ketekunan dan ketelitian riset visualnya lahirlah sebuah karya *masterpiece* novel grafis yang mendapat penghargaan *Stripschappening* untuk buku komik terbaik tahun 1999 dari pemerintah Belanda dan "penghargaan *Prix Du Lion*" tahun 1999 dari Brussels.

Semua gambaran adegan dalam panel-panel komiknya ini menghasilkan gambar-gambar rekonstruksi dokumentatif yang sangat artistik dan mengagumkan. Menikmati visualitas komik Van Dongen terlihat perpaduan antara eksplorasi kekuatan garis yang sempurna para ilustrator buku bacaan anak-anak jaman Hindia Belanda seperti C. Jetses, Van Bommel, atau Tilly Dalton, yang dipadukan gaya linier komik Tintin karya monumental Herge dengan ciri khas garis kontur tanpa arsir dan penggambaran mata dengan sebuah titik.

Karya novel grafis Van Dongen menjadi salah satu contoh keberhasilan penafsiran kontemporer yang kreatif dan cerdas atas semangat retrospektif Indies yang menjadi fenomena budaya visual masa kini.

Berayunnya kreativitas perancangan grafis dari yang serba digital, instan, serba komputer nan canggih ke arah karya-karya yang lebih personal, manual, organik, dan bersemangat lokal yang mensyaratkan ketrampilan teknis menggambar yang prima menjadi suatu alternatif penyeimbang yang menerobos keseragaman global. Khasanah visual lama yang mengandung muatan identitas kultural lokal diangkat kembali dan diperkaya dengan sentuhan kontemporer sehingga menghasilkan suatu gaya eklektik yang memikat, eksotik, dan artistik.

Dalam penelitian ini penulis mencoba merekonstruksi sejarah desain grafis dengan menelusuri dan mengungkap apa yang disebut sebagai gaya desain grafis Indies yang banyak berpengaruh dalam ekspresi kebudayaan di Indonesia awal abad ke-20. Untuk itu digunakan sumber-sumber arsip, tulisan-tulisan rekonstruksi sejarah, gambar-gambar, komik, ilustrasi, dan sebagainya yang masih bisa dilacak sebagai bahan penulisan.

II. GAYA DESAIN GRAFIS INDIES: PRODUK KONSTRUKSI KEBUDAYAAN KOLONIALISME BELANDA

Kata *Indies* sendiri berasal dari *Nederlandsch Indie* atau Hindia Belanda yaitu satu sebutan bagi daerah jajahan kerajaan Belanda yang secara geografis meliputi kepulauan Nusantara di Hindia Timur (*Nederlandsche Oost Indie*), yang dibedakan dengan wilayah jajahan *Nederlandsche West Indie* yang meliputi wilayah Suriname dan Curacao (Soekiman, 2000:9). Kata *Indies* sebenarnya lebih diartikan sebagai sebutan pelecehan atau penghinaan para tuan penjajah kulit putih terhadap warga pribumi (*inlander*) atau kaum indo/mestizo hasil kawin campur antara pria kulit putih dengan perempuan pribumi yang menempati stratifikasi sosial di bawah warga kelas satu kulit putih dan warga kelas dua Cina dan Arab (*vremde-oosterlingen*). Sebagai suatu ekspresi kebudayaan, kebudayaan Indies merupakan suatu bentuk percampuran kebudayaan (*melting pot*) dari kebudayaan modern Barat, Cina, Islam, dan *eklektisme* tradisional Jawa sebagai wilayah jajahan utama yang dimulai ketika VOC berkuasa di Batavia (*oud Batavia*).

Bentuk kebudayaan yang banyak dipelopori kaum Indo Eropa/Indo Belanda yang lahir dari perkawinan campuran antara para tuan tanah perkebunan (*landheer*), pejabat-pejabat biro-krasi dan militer Belanda dengan perempuan pribumi sebagai gundik (istri tidak-sah atau nyai) akhirnya juga berkembang dan diserap oleh orang-orang kulit putih asli (totok) Eropa/Belanda yang tinggal di Jawa. Untuk sejarah awal kelahiran kebudayaan Indies yang merupakan kebudayaan peranakan Indo (Mestizo) di Batavia (Blusse, 1986).

Wertheim menyatakan, masuknya modal swasta dan orang-orang kulit putih Eropa dengan penerapan Undang-undang Agraria 1870; penerapan Politik Etis yang menghasilkan kaum priyayi profesional terpelajar; serta semakin luntarnya kebudayaan keraton-keraton di Jawa (*vorstenlanden*) akibat proses defeudalisasi, telah membentuk terjadinya proses akulturasi kebudayaan yang menghasilkan suatu budaya campuran yang disebut sebagai kebudayaan Indies (W.F. Wertheim, 1956).

Pembaratan (*westernisasi*) budaya feodal agraris tradisional dengan *agent of change* para bangsawan keraton dan para priyayi profesional pejabat birokrasi kolonial yang dididik sekolah-sekolah modern Belanda, dan pribumisasi kebudayaan barat modern masyarakat elit kulit putih Belanda sebagai ciri kebudayaan Indies tercermin pada:

- a. Terbentuknya bahasa lisan dan tertulis campuran antara bahasa Melayu pasar, bahasa Belanda, serta bahasa daerah setempat (seperti Jawa, Sunda, Madura, Cina, dan lain-lain) yang disebut sebagai bahasa pidgin, atau bahasa petjoek.
- b. Berkembangnya kota-kota modern dengan sistem transportasi, komunikasi, dan administrasi modern terutama di Jawa (kereta api, mobil, kapal mesin, elektrisasi, telepon, telegram, jasa perbankan, pusat-pusat pertokoan, industri, dan sebagainya).
- c. Arsitektur Indies yang merupakan perpaduan antara gaya arsitektur *Baroque*, *Gothic*, bahkan sampai *Art Deco* dengan arsitektur tropis Jawa Joglo yang berhalaman luas dan serba terbuka yang disebut sebagai Loji atau *Landhuizen* lengkap dengan furniture (meubelair) bergaya hibrida Kompeni, Cina, dan Jawa.
- d. Berkembangnya pers baik dalam bentuk surat kabar atau majalah dengan bahasa daerah (Jawa, Melayu, Sunda, dan sebagainya).

Serta berkembangnya sastra Indies modern (*Indische belletries*) dalam bentuk roman, novel, cerita pendek dalam bahasa Melayu, Jawa, Sunda yang didukung sastrawan kulit putih, kaum Indo, Cina peranakan, dan pribumi. Karya-karya sastra Indies yang sangat populer seperti Nyai Dasima, Max Havelaar (karya Douwes Dekker), *Stille de Kracht* (karya Louis Couperus), dan sebagainya.

e. Berkembangnya seni pertunjukan dan seni rupa Indies seperti musik keroncong, gambang kromong, tanjidor ; Komedi Stamboel yang didirikan August Mahieu, dan sandiwara Miss Tjitjeh serta Dardanela ; film pertama Indonesia Loetoeng Kasaroeng produksi Java Film Company milik Kruger dan Heuvelsdorp ; lukisan-lukisan bertema *Mooi Indie* karya Basuki Abdullah, Ernest Dezentje, Pirngadi, Jan Frank, Abdullah Soejo Soebroto, dan lain-lain; desain gratis iklan dan buku oleh van Bommel, Abdoel Salam, C. Jetses, B. Margono, dan lain-lain; batik Belanda/Kompeni Van Zuylen, dan mode busana Indies seperti pantalon, baju takwo, kebaya, jas tuxedo dipadukan destar dan kain jarik.

f. Muncul dan berkembangnya kuliner campuran antara menu Eropa dan pribumi Hindia Belanda yang disebut sebagai *Indische rijsttafel* seperti gado-gado, nasi goreng, soto, lumpia, beafstuk (bestik), resouilles (risoles), vrijkadel (perkedel), soep (sup), dan lain-lainnya.

Secara etimologis arti gaya dalam bahasa Indonesia merupakan padanan dari bahasa Inggris *style* yang berasal dari bahasa Latin *stilus* yang berarti alat penggores (kalam) atau dari bahasa Yunani *stili* atau *stilo* yang artinya batang tiang.

Semua pengertian makna kata tersebut merupakan pengertian kiasan yang dapat diartikan suatu konsep segala bentuk ungkapan atau karya yang secara konsisten menjaga ciri khasnya yang dimiliki oleh seseorang, kelompok, masyarakat, bahkan bangsa dalam segala ekspresi, tingkah laku, tulisan, karya seni, sistem budaya, gaya hidup (*life style*), dan peradabannya (*style of civilization*) (Soekiman, 2000:8).

Menurut Sir Micha Black, gaya atau *style* adalah tanda-tanda peradaban dimana seorang peneliti sejarah, arkeolog, atau antropolog dapat memperkirakan suatu artefak dengan mengamati gaya atau ciri-ciri khasnya seperti misalnya gaya Mesir, Yunani, *Renaissance*, *Gothic*, Kolonial,

Art Nouveau dan seterusnya (Heller & Chwast, 1988:9).

Dikaitkan secara khusus dengan desain grafis atau desain komunikasi visual, gaya merupakan ragam, corak, atau ciri spesifik yang menjadi karakteristik dari setiap ekspresi, konstruksi, visualisasi, maupun eksekusi desainer. Gaya grafis (*graphic style*) merujuk pada ciri khas dari seseorang atau sekelompok desainer, juga ciri desain pada periode waktu tertentu atas pilihan-pilihan tipografi, warna, ilustrasi, tema, pendekatan, serta teknologi reproduksi yang menjadi karakter bahkan jiwa zamannya (Heller, 1988).

Gaya Indies pada perancangan karya-karya grafis atau komunikasi visual merujuk pada fenomena visual yang dihasilkan para grafikus, ilustrator, seniman, pelukis, atau tipografer yang marak berkembang dan menjadi identitas budaya pada jaman kolonial Hindia Belanda terutama pada periode 1870-an sampai 1940-an (akhir dari masa kolonialisme Belanda).

III. GAYA GRAFIS INDIES: SEBUAH PENCARIAN DAN PERGULATAN IDENTITAS

Media komunikasi yang memanfaatkan kekuatan gambar sebagai kemasan informasi dengan tujuan-tujuan praktis dan fungsional mulai mendapatkan peran pentingnya sejak masa VOC menancapkan politik merkantilisme di wilayah Nusantara.

Sebagai alat penyebar gagasan maupun sebagai alat dokumentasi sosial, media gambar atau media komunikasi visual membutuhkan ketrampilan teknis dan pemilihan gaya ungkap tertentu dari para perancang-nya agar isi pesan dapat diterima oleh *target audience* atau komunikannya. Visualisasi yang bersifat realistik atau naturalistik yang mampu memindahkan realitas kehidupan ke dalam realitas ilusif yang bersifat ikonik representatif dalam bidang gambar yang bersifat dua matra (2 dimensional) berdasar pada penemuan ilmu perspektif di masa *Renaissance* menjadi suatu kecenderungan atau trend baru yang di bawa para seniman, pelukis, atau grafikus Belanda yang datang di tanah jajahan waktu itu.

Atas prakarsa pejabat-pejabat VOC terutama De Heeren XVII (Dewan Direktur VOC

yang berjumlah 17 orang) telah dikerjakan dokumentasi visual kehidupan tanah jajahan seperti kegiatan-kegiatan perekonomian, ilmu pengetahuan, pembangunan perkotaan (terutama kastil/benteng Batavia), kegiatan pembangunan gedung-gedung pusat pemerintahan, pemukiman dan perdagangan.

Karya-karya dokumentasi visual ini kebanyakan dikerjakan dengan tehnik reproduksi grafts *encreux relief* yaitu suatu metode penampilan gambar atau lukisan yang dipahatkan pada permukaan lempengan tembaga, perunggu, atau kayu yang dicetakkan pada bidang gambar berupa kertas atau kain.

Dengan tehnik reproduksi ini seniman-seniman grafts seperti W. Schonten mendokumentasikan suasana kota Batavia tahun 1660; Beekman melukiskan dan merekam pemandangan pasar ikan di Batavia; dan J. Rach banyak melukiskan bangunan-bangunan arsitektur rumah peristirahatan seperti milik Reinier de Klerck, Van der Parra, keraton Yogyakarta tahun 1776, dan gedung-gedung pemerintahan.

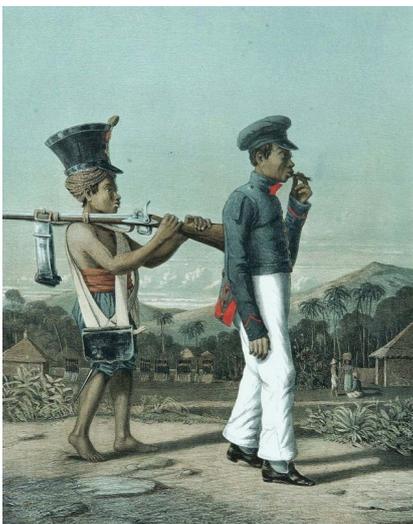
Pada abad 19 bersamaan dengan semangat modernisasi yang melanda dunia akibat revolusi industri, terjadi perubahan paradigma para seniman di dalam memandang realitas kehidupan yang dilihat dan dihayatinya. Realitas mimesis sebagaimana indera mata memandang alam dan kehidupan tidaklah ber-sifat homogen dan berpenafsiran tunggal, melainkan bersifat multi tafsir tergantung dari ideologi, perspektif berfikir, filsafat, aliran, dan kreativitas dari seniman kreatornya.

Sebagai jawaban perubahan sosial akibat proses industrialisasi dan kapitalisme sebagai anak kandung modernisme sebagai fenomena global masa itu, lahirlah gerakan realisme di Eropa yang dipelopori pelukis Gustave Courbet (1819-1877). Gerakan realisme memandang realitas kehidupan tidak hanya yang serba indah dan menyenangkan melainkan justru lebih mengekspose dan menonjolkan ketimpangan sosial, penderitaan masyarakat miskin kelas bawah, serta kesengsaraan para buruh atau petani yang menjadi korban eksploitasi para tuan tanah dan industrialis yang menyedihkan dan mengundang simpati. Courbet banyak melukiskan kehidupan buruh pemecah batu di tambang-tambang, dan grafikus Honore Daumiere banyak

melukiskan kehidupan para gelandangan dan rakyat miskin yang berjejalan di gerbong-gerbong kereta api kelas tiga (Nochlin, 1978:13).

Di Hindia Belanda semangat gerakan realisme mempengaruhi para seniman serta grafikus yang mayoritas warga kulit putih dalam karya-karya mereka yang mengangkat realitas sosial kehidupan masyarakat inlander tanah jajahan, tentunya dengan cara pandang yang cenderung kolonial sentris. Secara visual mereka memang menampilkan obyek-obyek kehidupan masyarakat kelas bawah pribumi akan tetapi secara ideologis terjadi pembelokan makna dan keberfihakan yang bertolak belakang dari semangat gerakan realisme yang berkembang di Eropa.

Dengan semangat orientalistik mengolok-olok dan menghina kaum inlander, para perupa kulit putih lebih mengeksploitasi perbedaan genetik seperti warna kulit kaum inlander yang berwarna gelap, proporsi dan anatomi tubuh yang lebih kerdil, struktur tulang dahi (*osfrontale*) yang lebih menonjol dengan hidung pesek mendekati bentuk *phitecanthropus erectus homo soloensis* (lebih mirip kera daripada manusia). Dibandingkan dengan obyek-obyek kaum tuan kulit putih yang secara proporsi lebih jangkung, hidung mancung, dengan kulit putih, maka kehadiran kaum pribumi dengan segala kekurangannya secara genetiknya lebih memojokkan posisi pribumi secara kultural sebagai "yang lain" (*the other*) dengan segala kerendahan derajatnya (sesuai asas politik *apartheid vreemde oosterlingen* pemerintah kolonial).



Gambar 1. Serdadu Pribumi karya lithografi van Pers

Realisme yang tumbuh berkernbang di tanah jajahan ini lebih sebagai realisme kaum pribumi "*native realism*" yaitu suatu penggambaran realitas kehidupan kaum pribumi yang eksotik, konyol, lucu, bodoh, miskin, dan tertindas berdasarkan perspektif kolonial yang orientalistik yaitu cenderung sinis dan menghina. Sebagai contoh yang paling representatif aliran realisme pribumi (*native realism*) ini tampak pada karya litografi grafikus dokumentator Van Pers yang dibuat tahun 1855 yang menggambarkan seorang serdadu bayaran pribumi bersama jongos pembantunya.

Dengan tehnik gelap terang penuh warna dan penerapan perspektif yang menghasilkan kesan dimensi keruangan yang sangat artistik digambarkan seorang serdadu pribumi sedang berjalan menuju pos atau benteng markasnya mengenakan seragam militer jas tutup warna biru gelap, celana panjang putih, mengenakan topi kain, memakai sepatu pantofel tumit rendah lengkap dengan kaus kakinya, dan yang terpenting sedang mengisap cerutu. Di belakangnya mengikuti sang jongos, pembantu yang bertubuh pendek agak kerdil, berkulit coklat gelap, dengan anatomi wajah yang sangat pribumi, bertelanjang dada tanpa alas kaki mengenakan topi serdadu, memanggul senapan laras panjang, serta mencangklong tas kulit, sangkur, dan sabuk militer yang kesemuanya tentu milik sang tuan serdadu pribumi itu.

Sebagai latar belakangnya dilukiskan pegunungan dengan tetumbuhan tropis seperti kelapa dengan rumah-rumah penduduk pribumi yang beratap rumbia dan berdinding anyaman bambu (*gedhek*). Di halaman depan berdiri 3 orang petani pribumi laki-laki dan perempuan yang mengenakan caping, berkebaya dan kain panjang sedang memanggul barang bawaan, serta seorang berjas surjan, memakai destar, berkain panjang sedang jongkok.

Suasana dan makna yang terbangun dari keseluruhan adegan ini jelas menggambarkan betapa malas dan rendahnya disiplin seorang serdadu pribumi sehingga untuk membawa atribut-atribut kemiliteran yang menjadi kewajiban terpenting yang harus selalu siaga dikenakan dan menjadi tanggung jawabnya malah diserahkan dan dipercayakan pada jongos pembantunya.

Yang lebih penting dalam karya grafis ini tergambar eksploitasi kelas dalam struktur masyarakat jajahan dimana perbudakan dan penindasan antar kelas sosial tidak hanya berlangsung antara kaum elit kulit putih terhadap golongan pribumi kulit berwarna melainkan juga terjadi di antara masyarakat pribumi itu sendiri.

Terjadilah semacam jenjang piramida penjajahan dan perbudakan yang berlapis-lapis dengan melibatkan para aktor elit kulit putih, golongan timur asing Cina dan Arab (*vreemde oosterlingen*), serta elit pribumi sendiri.

Dari sudut pandang pencapaian kualitas estetik, berkembangnya domestikasi aliran atau mazhab seni rupa dari Barat oleh para seniman yang tinggal di Hindia Belanda dengan lebih mengeksplorasi *subject matter* kehidupan masyarakat pribumi telah menghasilkan suatu gaya khas sendiri yang merapakan embrio dari lahirnya gaya Indies sebagai suatu ekspresi budaya dominan di awal abad ke-20 (Bedjo Riyanto, 2000:9).

Berkembangnya industri pers dan periklanan yang didukung teknologi cetak-mencetak modern telah menyebabkan kemasan penampilan visual iklan semakin kompleks, artistik, sekaligus persuasif sehingga memungkinkan terjadinya estetikasi komunikasi. Iklan baris yang terdiri dari rangkaian huruf dengan desain sederhana digantikan maraknya iklan display yang menggabungkan tipografi dan ilustrasi dalam paduan komposisi yang artistik sekaligus komunikatif.

Kebutuhan yang sangat besar akan perancang-perancang iklan profesional yang mempunyai kemampuan visualisasi kreatif dan estetik untuk memenuhi kebutuhan industri media pers tersebut menyebabkan pemerintah kolonial mendirikan perusahaan jasa periklanan milik negara ANETA (*Algemeen-Generaal-Nieuws en Telegraaf*) dengan perintis D.W. Beretty (pegawai pemerintah bagian telegram dan redaktur surat kabar *Bataviasche Nieuwsblad dan Java Bode*) pada tahun 1905.

Untuk melayani klien-klien perusahaan global seperti General Motor, Goodyear Tire & Rubber Co., Shell, Unilever, Procter & Gamble, Kodak dan sebagainya, didatangkanlah para perancang grafts iklan profesional dari Belanda seperti Van Bommel,

Is Van Mens, dan Cor Vain Deutekom. Kehadiran mereka mengintegrasikan perkembangan visualisasi iklan di Hindia Belanda menjadi bagian dari dinamika perkembangan desain komunikasi visual secara global.

Penetrasi gaya desain grafts yang sedang menjadi arus utama/*mainstream* di Eropa dan Amerika seperti gaya Victorian, *gaya Art and Crafts*, *gaya Art Nouveau*, dan juga *Plakatstil* semakin mewabah dan menjadi suatu trend desain yang sangat mewarnai setiap penampilan visual iklan-iklan baik di media pers (majalah dan surat kabar) maupun media luar ruang seperti papan reklame, billboard, maupun enamel.

Eksotisme tanah jajahan Hindia Belanda yang sangat kaya dengan budaya lokal tradisional yang bersifat religio magis (misalnya kebudayaan klasik adi luhung keraton-keraton Jawa terutama di wilayah *Vorstenlanden* yaitu Kasunanan Surakarta dan Kasultanan Yogyakarta) menjadi suatu pesona tersendiri bagi para perancang grafis Belanda sebagai seorang orientalis.

Terutama adalah tradisi seni rupa dekoratif magis wayang kulit dengan teknik tatah ukir (pahatan) dan sungging (pewarnaan) yang bersifat simbolis religius. Stilasi bentuk yang sangat sempurna dan menjadi klasik memberikan banyak inspirasi bagi para grafikus dalam perancangan visual iklan-iklannya. Seperti halnya ketika para seniman dan grafikus pelopor gerakan *Art Nouveau* yang berkembang pesat di Eropa akhir abad 19 yang terinspirasi dan terobsesi estetika seni rupa Timur lewat perjumpaannya dengan karya-karya o-kiyoe seniman besar Jepang Hokusai (karya seni grafis *woodblock print* atau *relief print* yang menjadi ciri khas tradisi jaman Tokugawa di Jepang), maka para seniman grafts Belanda dari biro ANETA banyak membuat eksperimen-eksperimen visual yang menggabungkan aliran seni rupa modern Barat dengan estetika timur klasik wayang sehingga menghasilkan hibridisasi gaya desain grafis Indies baru yang lebih segar, artistik, dan kreatif (Heller & Chwast, 1988:9).

Dalam iklan kampanye peluncuran produk terbaru radio Philips seri 951A yang dimuat surat kabar Sin Po 26 November 1935, tokoh Wayang Wong Bima diangkat sebagai maskot *endorser* penjualannya.

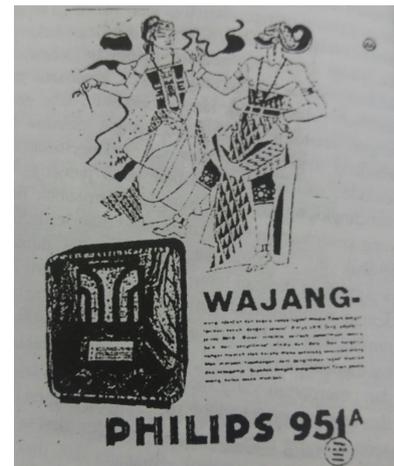
Pemanfaatan simbol-simbol budaya tradisi Jawa yang disakralkan sebagai penarik minat pasar konsumen seakan menjadi kecenderungan yang mewabah seakan menjadi refleksi terjadinya desakralisasi budaya adi luhung keraton (kesenian Wayang Wong merupakan salah satu bentuk seni ritual keraton yang sangat penting dari Kasultanan Yogyakarta dan Pura Mangkunegaran masa itu).

Iklan Philips menjadi penanda tanda-tanda jaman-nya ketika kesenian yang dianggap sakral, adi luhung, dan isoterik di bawah klaim keagungan budaya keraton seperti halnya Wayang Wong telah mengalami komersialisasi, estetikasi, dan masifikasi menjadi komoditas tontonan populer masyarakat urban (dianggap seni hiburan atau *kitch*) di kota-kota besar Jawa.

Visualisasi iklan ini merupakan contoh perpaduan antara pengaruh kuat gaya *Art Deco* yang menekankan pendekatan geometrik rasional dalam pengolahan bentuk, bidang, dan garis ciri khas modernisme awal dipadukan dengan stilisasi liris yang bersifat simbolis khas gaya rupa wayang kulit yang mengutamakan garis kontur, menghasilkan gaya eklektikisme Indies yang tampak modern sekaligus eksotik.

Teks naskah iklannya juga tampak menegaskan bagaimana kesenian tradisi wayang sebagai pengikat solidaritas komunitasnya telah dimanfaatkan menjadi wacana komunikasi komersial ujung tombak pemasaran yang berbunyi:

"Wajang Wong, njajian dan segala roepa lagoe-lagoe HTndia Toean denger tjerdas sekali dengan tosetel PHILIPS jang adjaib djitoe 951A.betoel terbikin oentoeik penerimaan soera baik dari pengiriman-pengiriman Hindia dan Solo. Dan harganja sangat moerah oleh karena mana sekarang sesoeatoe orang bisa merasai kese-nangan dari pengiriman lagoe-lagoe njanjian dan sebagainja. Sepadan dengan pengeloeran Toean poenja oeng kalau toean membeli: 951 A.



Gambar 2. Iklan Radio Philips tipe 951A dimuat pada koran Sin Po 16 November 1935

Pribumisasi desain untuk kepentingan komersial juga memanfaatkan tokoh-tokoh dunia pewayangan sebagai identitas komersial suatu produk (*brandname* atau *trade mark*) seperti misalnya obat pewarna. Cap Kumbokarno, teh cap Pandawa Lima, permen mental cap Semar, rokok cap Gareng, wenter atau pewarna kain cap Djanoko Manah dan masih banyak lagi.



Gambar 3. Kemasan pewarna kain wenter Cap Kumbokarno

Visualisasi tokoh-tokoh pewayangan yang bercorak dekoratif simbolis (*ideoplastis*) langsung diangkat sebagai ilustrasi penarik perhatian pembeli (*unique selling point*) dipadukan dalam komposisi modern dengan tipografi dan bidang-bidang geometrik sehingga menghasilkan gaya desain eklektik yang unik, eksotik, artistik, dan sangat etnik khas gaya Indies jaman itu.

Identitas kultural yang terbentuk oleh pelapisan sosial yang semakin heterogen di Hindia Belanda juga merupakan sumber inspirasi visual bagi para perancang iklan untuk merancang jurus-jurus

kreatif pembujuk calon konsumennya. Panggung periklanan baik di halaman-halaman surat kabar atau majalah dan media-media ruang luar disemarakkan kehadiran bintang-bintang iklan dengan atribut keislaman yang kental (mengenakan jubah, memakai sorban penutup kepala, dan berkain sarung); para priyayi sebagai kelas progresif baru yang lebih nasionalis dan modern (dengan identitas berpantolon, jas tuxedo, dan mengenakan peci penutup kepala); para ningrat aristokrat elit pribumi dengan segala kebesaran busana dan atribut kebangsawanannya yang menjadi simbol kekuasaan magis religiusnya (dengan jas beskap, destar, kuluk, keris pusaka, atau kain dodot dengan motif parangnya); serta para petani rakyat kecil di pedesaan sebagai lapisan terbawah stratifikasi sosial masyarakat kolonial yang unik dan eksotik (berkebaya dan berkain jarik bagi para wanitanya, bersarung mengenakan iket dan caping penutup kepala bagi para prianya).

Dalam suatu karya iklan enamel yang sangat fenomenal dan menjadi ikon gaya desain grafis Indies yang mengalami puncak perkembangannya di tahun 1940-an ditampilkan seorang pangeran keraton Surakarta sebagai ilustrasi tunggal produk rokok dengan merk Prijaji (priyayi adalah suatu sebutan bagi kalangan elit terpelajar yang menduduki jabatan-jabatan birokrasi kolonial yang semula berangkat dari istilah "*para yayi*" yaitu kerabat dekat para raja atau ningrat di kerajaan-kerajaan Surakarta dan Yogyakarta).

Dalam papan iklan ruang luar ini ditampilkan figur seorang pangeran keraton Surakarta mengenakan beskap takwa bordir emas, memakai kuluk kanigara hitam, mengenakan kain dodot bermotif parang barong, dan keris pusaka (semua atribut dan busana yang dikenakan ini hanya khusus untuk para pangeran senior putra raja yang bergelar Kanjeng Gusti Pangeran Haryo dari keraton Kasunanan Surakarta) sedang menghisap rokok dengan teks Roko Prijaji Sigaret dalam latar belakang warna merah gradasi.

Pengaruh kuat gaya Plakatstil atau gaya Plakat, yaitu suatu gerakan desain modern di Jerman awal abad ke-20 yang memfokuskan pada satu obyek image produk dengan kalimat teks yang minimal serta penggunaan tipografi yang sangat lugas dan tegas (*bold*) seperti halnya karya karya poster

seniman grafts Berlin terkemuka Lucian Bernhard, sangat jelas jejaknya pada iklan enamel cap Prijaji ini (Heller & Chwast, 1988: 9).

Dalam perspektif budaya tradisional Jawa status dan posisi sosial seorang pangeran yang menempatkannya pada puncak piramida hierarki kekuasaan tradisional harus dijaga martabat dan kewibawaannya. Seorang bangsawan tinggi keraton pada masa itu dianggap memalukan dan turun derajat sosialnya jika berdagang atau menjadi pengusaha. Kehadiran iklan enamel ini yang meletakkan seorang pangeran sebagai penjaja komoditas produk komersial (sebagai bakul rokok atau pedagang rokok) yang mempunyai konotasi rendah dalam perspektif budaya tradisi adi luhung semakin menegaskan adanya kecenderungan menguatnya proses defeudalisasi dan delegitimasi kekuasaan politik kerajaan-kerajaan tradisional di Jawa masa itu.

Terlepas dari segala tafsir sosiokulturalnya, karya iklan rokok cap Prijaji ini telah mampu meninggalkan jejaknya sebagai suatu *masterpiece* dalam kreativitas perancangan dunia desain grafis dan komunikasi visual yang berkembang di Indonesia masa lalu (Hindia Belanda), dan mendapatkan predikatnya sebagai bentuk gaya desain grafis yang khas Indonesia.



Gambar 4. Iklan enamel rokok Prijaji dimuat majalah Laras Mei 2000

Gaya desain grafis Indies dengan segala kualitas artistik yang telah dicapainya menjadi semacam *trend setter* bagi generasi perancang komunikasi visual pada masa-masa selanjutnya dan baru perlahan-lahan mengalami kemerosotan pada tahun-tahun tujuh puluhan ketika industri periklanan modern sebagai bagian industri periklanan global berkembang pesat bersamaan dengan arus modal asing yang masuk secara besar-besaran pada awal Orde Baru.

Fenomena yang sangat menarik, ketika para perancang grafis dan komunikasi visual mulai banyak didominasi warga pribumi asli akibat pendidikan seni rupa dan desain yang berkembang di Indonesia, eksotisme Indies yang mengeksploitasi perbedaan genetik kaum pribumi yang berpostur kerdil dengan tulang dahi (*osfrontale*) menonjol dan berhidung pesek sebagai magnet pemikat komunikasi komersial iklan dari para perancang iklan Belanda, digantikan dengan obsesi genetik perancang Indonesia yang menggambarkan para wanita pribumi sebagai *endorser* iklan dengan proporsi dan postur tubuh sangat Eropa atau Indo Eropa sentris.

Ilustrasi iklan-iklan produk Unilever seperti sabun Lux, pasta gigi Pepsodent, atau mentega Palmboom banyak mengeksploitir wajah wanita-wanita cantik pribumi yang berpenampilan Indo, berkulit putih, berhidung mancung, bermata cemerlang, dengan senyum merekah seperti halnya penampilan bintang-bintang film Hollywood Greta Garbo atau Marilyn Monroe meskipun tetap bersanggul dan berkain kebaya.

IV. SIMPULAN

Dari -hasil penelitian sejarah secara ringkas atas berbagai sumber baik literatur, dokumen, maupun arsip-arsip visual dalam bentuk karya iklan media pers (surat kabar dan majalah) serta media ruang luar dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gaya desain grafis Indies sebagai suatu produk kebudayaan Indies yang berkembang awal abad 20 merupakan suatu gaya campuran antara gaya desain modern yang berkembang di Eropa pada abad 19 sampai awal abad ke-20 (seperti gaya Art Nouveau, gaya Plakatstil, dan gaya Art Deco), dengan eksotisme seni rupa tradisional wayang yang merupakan kekuatan lokal genius masyarakat pribumi.

Gaya visual tersebut dipelopori dan dikembangkan oleh seniman-seniman atau perancang grafis Belanda (dari para dokumentator visual jaman VOC sampai para perancang profesional iklan yang didatangkan oleh perusahaan periklanan ANETA), yang kemudian dikembangkan oleh seniman-seniman seni rupa pribumi seperti Abdullah Soerjo Soebroto, Basuki Abdullah, Wakidi, Pirngadi, Abdoel Salam, B. Margono, dan lain-lainnya.

2. Berkembangnya gaya desain grafis Indies yang mencapai puncaknya pada tahun 1940-an didukung oleh pesatnya industri pers (surat kabar dan majalah) dengan berbagai macam bahasa pengantar (pers Belanda, pers Tionghoa, pers Melayu, pers Jawa, pers Sunda, dan sebagainya) yang mengandalkan kelangsungan hidupnya dari pendapatan iklan. Pers kolonial yang bersifat apolitis telah menyuburkan pers sebagai suatu media periklanan yang banyak memuat informasi-informasi komersial dalam pemberitaannya.

3. Tema-tema ilustrasi iklan yang dirancang para seniman grafis Belanda banyak mengangkat eksotisme kehidupan masyarakat pribumi dengan segala atribut yang merupakan identitas kulturalnya dengan pandangan yang sangat kolonial sentris (cenderung melecehkan dan menganggap kaum pribumi sebagai "*the other*" dengan segala perbedaan ciri-ciri genetiknya). Sebaliknya, ketika perancangan grafis iklan banyak dilakukan oleh perancang-perancang grafis pribumi, maka obsesi genetik "menjadi Belanda" banyak mewarnai wajah visualisasi periklanan di Indonesia dengan tampilnya bintang iklan wanita-wanita pribumi dengan anatomi dan proporsi tubuh sangat Barat (hidung mancung, kulit putih, mata cemerlang, dan bibir merekah ala bintang Holywood) meskipun tetap bersanggul dan berkebaya.

DAFTAR RUJUKAN

Heller, Steven & Chwast, Seymour. (1988). *Graphic Style From Victorian To Post Modern*. London: Thomas & Hudson.

Leonard, Blusse. (1986). *Strange Company*. Holland: Foris Publications. Nochlin, Linda. (1978). *Realism*. Middlesex: Penguin.

Riyanto, Bedjo. (2000). *Man Surat Kabar Dan Perubahan Masyarakat Jawa Masa Kolonial*. Yogyakarta: Tarawang.

Soekiman, Djoko. (2000). *Kebudayaan Indis*. Yogyakarta: Bentang.

Surat Kabar dan Majalah Laras.(2000, May), nomor 137. *Sin Po*. (1935, November 16).

Van Dongen, Peter. (2004). *Rampokan Ja\va*. Jakarta: Pustaka Primatama.

Wertheim, W.F. (1956). *Indonesian Society in Transition*. Bandung : Sumur Bandung.