

EKSISTENSI ILUSTRASI KAOS BERTEMA BALI DI KOTA DENPASAR

Eldiana Tri Narulita, Ni Ketut Pande Sarjani

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa & Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar

e-mail : dinaneeh@yahoo.co.id

Abstrak

Kaos bertema Bali mempunyai desain dengan motif-motif ilustrasi yang bertema budaya lokal Bali. Bagaimana eksistensi minat pembeli terhadap ilustrasi kaos bertema Bali di kota Denpasar? Apa makna ilustrasi budaya lokal yang terdapat pada elemen visual kaos bertema Bali? menjadi fokus masalah dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui eksistensi minat pembeli terhadap ilustrasi kaos bertema Bali di kota Denpasar dan untuk mengetahui apa makna ilustrasi budaya lokal yang terdapat pada elemen visual kaos bertema Bali. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sesuai dengan pendekatan kualitatif maka secara spesifikasi analisisnya ditunjang dengan analisis semiotika.

Hasil penelitian yang telah diperoleh bahwa di toko oleh-oleh Krisna Nusa Indah, didapati bahwa kaos dengan ilustrasi yang bergambar karikatur/kartun dan ada teks "Bali" lebih laris. Selain itu kaos dengan ilustrasi barong juga banyak dipilih. Namun bagi konsumen terutama untuk pilihan kaos VVIP anak-anak, ilustrasi karakter kartun yang sedang tren seperti *minion*, *angry bird*, *shaun the sheep*, *bernard bear*, lebih diminati. Sedangkan hasil penelitian di toko oleh-oleh Erlangga 2, kaos dengan teks humor yang mengadaptasi kaos dari Joger lebih banyak dipilih konsumen. Hasil penelitian di Kumala production, kaos yang paling banyak dipesan adalah kaos dengan tema obyek wisata seperti Tanah lot, Besakih Kintamani.

Adapun analisa tanda dan makna yang terdapat elemen visual kaos bertema Bali dilakukan melalui pendekatan semiotika diperoleh hasil bahwa dalam sample ilustrasi kaos bertema Bali terdapat tanda dan makna berupa ikon, indeks, simbol, kode kebudayaan dan kode narasi.

Kata Kunci : Eksistensi, Ilustrasi, Kaos Bali, Tanda, Makna

Abstract

Bali- theme T-Shirt has a design motifs illustration that reflect Bali local culture. How the existence of buyer interest towards illustration themed shirts Bali in Denpasar? What is the meaning of the illustrations contained in the local culture visual elements themed shirts Bali? become the focus of the problem in this research. The purpose of this research was to determine the existence of buyers of the shirt illustration themed Bali in Denpasar and to find out what the local culture illustrations contained on the visual elements of the Bali-themed T-shirts. This research used a qualitative descriptive method. In accordance with the qualitative approach is supported by the analysis specification semiotic analysis.

The result of research have been obtained that in Krisna Nusa Indah a souvenir shop, it was found that the T-Shirt with a caricature illustrations / cartoons and there is the text "Bali" is more in demand. In addition barong shirt also more selected. But for consumers, especially for selection of t-shirts VVIP children, illustration cartoon characters that are trends like minion, angry bird, shaun the sheep and bernard bear, more desirable. And the research results in a Erlangga 2 souvenir shop, T-shirts with text adapted humor shirts from Joger more preferably consumers. Then results in Kumala production, most ordered shirt is a shirt with the tourism site theme such as Tanah Lot, Besakih Kintamani.

The analysis of signs and meanings contained visual elements of the Bali-themed T-shirts made through semiotic approach showed that in a sample illustration themed shirts Bali there are signs and meanings in the form of icons, indexes, symbols, cultural codes and codes of narrative.

Keywords: Existence, Illustration, Bali T-shirt, Signs, Meaning

PENDAHULUAN

Salah satu jenis oleh-oleh khas Bali yang cukup populer adalah kaos. Kaos merupakan salah satu media promosi dalam bidang desain komunikasi visual. Kaos atau disebut juga sebagai *T-Shirt* adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaus oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Bahan yang umum digunakan untuk membuat kaus oblong adalah katun atau *poliester* (atau gabungan keduanya) (http://id.wikipedia.org/wiki/Kaus_oblong/9/03/2015).

Kaos bertema Bali yang biasa dijual sebagai oleh-oleh khas Bali biasanya mempunyai desain dengan motif-motif ilustrasi yang bertema budaya lokal Bali. Mengapa ditekankan pada ilustrasi, sebab jika melihat dari ilustrasi sebuah kaos, eksistensi minat pembeli akan lebih mudah dikenali. Untuk melihat eksistensi minat pembeli terhadap ilustrasi kaos bertema Bali dapat diketahui dengan melihat dari berbagai aspek misalnya dari kriteria desain serta unsur visual desain sehingga citra sebuah produk yang bertema budaya lokal Bali dapat dilihat. Eksistensi minat pembeli terhadap ilustrasi kaos bertema Bali ini menarik untuk diteliti sebab dengan mengetahui kecenderungan minat pembeli terhadap ilustrasi kaos, dapat menjadi referensi bagi desainer dalam menciptakan ilustrasi yang menarik serta disukai banyak konsumen.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat eksistensi ilustrasi kaos dari elemen-elemen desain komunikasi visual seperti ilustrasi, huruf/tipografi, warna. Selain itu juga digunakan teori semiotika. Semiotika dilihat dari kacamata dunia desain komunikasi visual dapat digunakan sebagai pemaknaan menyangkut aspek-aspek budaya, adat istiadat dsb. Dalam desain ilustrasi kaos bertema Bali terdapat bermacam tanda dan makna, oleh sebab itu akan digunakan teori semiotika untuk menganalisa makna ilustrasi budaya lokal Bali yang terkandung di dalamnya. Dengan demikian dapat ditemukan kejelasan mengenai makna ilustrasi budaya lokal pada kaos bertema Bali.

METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan data, penelitian akan dilakukan di tiga lokasi penjualan kaos bertema Bali yang memiliki ilustrasi budaya lokal antara lain di Krisna Oleh-Oleh Bali Jl. Nusa Indah No. 77 Denpasar Bali, Toko Oleh-Oleh Erlangga 2 Jl. Nusa Kambangan No. 157 Denpasar Bali, serta tempat pembuatan kaos bertema Bali yakni Kumala Production di Jl. Sutoyo No. 45 A Denpasar. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni 2015 sampai dengan September 2015. Sumber data pada penelitian ini dibedakan berdasarkan sumber data yang diperoleh terdiri dari data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh melalui survey, observasi, dan wawancara. Survey dan observasi dilakukan di lokasi penjualan kaos Bali yang ada ilustrasi budaya lokalnya antara lain Krisna Oleh-Oleh Bali Jl. Nusa Indah No. 77 Denpasar Bali dan Toko Oleh-Oleh Erlangga 2 Jl. Nusa Kambangan No. 157 Denpasar Bali dengan melihat berbagai macam desain ilustrasi kaos bertema Bali yang bertema budaya lokal yang dijual di situ serta mengamati pembeli kaos bertema Bali tersebut. Sedangkan wawancara dilakukan dengan pihak public relation Krisna oleh-oleh Bali (Ibu Dian Wardani), SPG (*sales promotion girl*) dan beberapa pembeli kaos bertema Bali dan pengunjung Krisna yang sedang belanja. Wawancara juga dilakukan dengan pemilik (Bpk. Gede Adiguna) dan karyawan Kumala Production yang memproduksi kaos Bali di Jl. Sutoyo No. 45 A Denpasar. Selain itu juga wawancara juga dilakukan dengan bagian humas Erlangga 2 (Bpk. Komang Aryawan), SPG (*sales promotion girl*) di bagian kaos serta pembeli kaos bertema Bali dan pengunjung di Erlangga 2. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dan data tentang bagaimana eksistensi minat pembeli terhadap ilustrasi kaos bertema Bali.

Data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka yang relevan dengan subjek penelitian. Data ini digunakan sebagai landasan teoritis untuk menunjang data primer. Data ini diperoleh melalui buku - buku bacaan ilmiah yang berkaitan dengan pokok permasalahan. Pada data sekunder untuk memperoleh kajian pustaka yang

relevan, dilakukan dengan teknik studi kepustakaan, yaitu pengamatan yang mendalam terhadap data – data dari buku, berupa karya tulis, dan artikel - artikel.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan elemen-elemen visual terkait dengan ilustrasi kaos bertema Bali dengan tema budaya lokal Bali untuk mendiskripsikan, serta menggambarkan bagaimana eksistensi minat pembeli terhadap ilustrasi kaos bertema Bali ini di Denpasar dilihat dari segi jenis-jenis tema atau ilustrasi, serta perbandingan eksistensi minat pembeli terhadap ilustrasi kaos bertema Bali di toko Erlangga2 dengan di Krisna oleh-oleh Bali serta Kumala Production dan menguraikan atau memaparkan sebaik mungkin fenomena yang akan diteliti. Sesuai dengan pendekatan kualitatif maka secara spesifikasi analisisnya ditunjang dengan analisis semiotika

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah mencari jawaban berdasarkan rumusan masalah penelitian. Pertama adalah untuk mengetahui bagaimana eksistensi minat pembeli terhadap ilustrasi kaos bertema Bali di kota Denpasar. Kedua untuk mengetahui apa makna ilustrasi budaya lokal yang terdapat pada elemen visual kaos bertema Bali. Untuk mencapai tujuan ini, adapun hasil yang telah dicapai selama berlangsungnya kegiatan penelitian adalah sebagai berikut:

3.1 Eksistensi kaos Bali Di Krisna Nusa Indah

a. Jenis Kaos VVIP Krisna



Dari 4 sampel di atas, didapat bahwa kaos dengan ilustrasi yang bergambar karikatur/kartun dan ada teks “Bali” lebih laris dan disukai konsumen. Namun bagi konsumen terutama untuk pilihan kaos VVIP

anak-anak, ilustrasi karakter kartun yang sedang tren seperti *minion*, *angry bird*, *shaun the sheep*, *bernard bear*, lebih diminati daripada karakter kartun yang lain. Dari ke empat sampel di atas, kaos nomor 2 menempati pilihan teratas sebab konsumen menyukai gambar yang ada ciri khas Bali yang unik seperti karikatur orang Bali dan ada teks “Bali” nya sebagai identitas. Dan selanjutnya nomor 1 juga banyak dipilih sebab selain ada teks ciri khas Bali, juga ada unsur humor karena mengadaptasi logo merek obat nyamuk “baygone” yang diplesetkan menjadi *Bli*’ (kakak laki-laki) dalam bahasa Bali dan Gogon yang dikenal sebagai salah satu pelawak nasional yang memiliki ciri khas yang mudah diingat orang. Selanjutnya nomor 4 dan terakhir nomor 3 yang dipilih. Selain dari segi desain ilustrasi, konsumen lebih menyukai kaos VVIP Krisna jika untuk dipakai sendiri, sebab mereka melihat kualitas kain agar lebih nyaman dipakai. Jadi, harga menjadi hal yang tidak terlalu diperhitungkan bagi konsumen meskipun harga kaos VVIP lebih mahal daripada kaos biasa yang dijual di Krisna.

b. Jenis Kaos Produksi *Supplier* dari luar Krisna



Hasil yang didapat dari ketiga sampel kaos di atas, yang lebih laris adalah kaos no. 1, lalu kaos nomor 3 dan nomor selanjutnya kaos nomor 2 paling terakhir dipilih. Kaos jenis produksi supplier dengan desain yang sederhana namun lekat dengan

ciri khas Bali yang paling laris seperti kaos barong. Kaos barong ini memiliki desain yang hampir sama dari tahun ke tahun dan berlangsung cukup lama, namun konsumen tetap menyukainya sebab barong erat dengan ciri khas Bali, jadi meskipun desainnya tanpa teks “Bali” orang yang melihat akan paham. Selain itu jenis bahan yang dipakai pada kaos barong nyaman dipakai dan tidak panas dan untuk harga sangat terjangkau dan cukup murah. Hal itu juga menjadi faktor lain yang disukai konsumen.

Dari hasil analisa data, didapati bahwasanya untuk konsumen dengan usia pelajar lebih banyak membeli dan memilih kaos dengan harga yang murah dibanding kualitas sebab budget pelajar yang sedang berkunjung ke toko oleh-oleh Krisna biasanya terbatas, jadi mereka tidak melihat kualitas bahan. Untuk desain, konsumen pelajar lebih memilih yang ada ciri khas teks Bali, bergaya kartun dan tema humor. Sedangkan bagi konsumen dewasa yang buka pelajar, jika mereka membeli kaos bertema Bali dengan tujuan dipakai sendiri, factor utama yang dipertimbangkan adalah akan lebih memilih gambar ilustrasi dan kualitas bahan, dan harga tidak menjadi masalah. Namun jika mereka membeli kaos Bali untuk oleh-oleh, mereka akan memilih dari segi harga lalu baru gambar ilustrasi dan kualitas bahan kain.

3.2 Eksistensi Kaos Bertema Bali di Erlangga2



Dari ke tiga sampel kaos di atas, yang paling laris dan dipilih konsumen di Erlangga 2 kebanyakan memilih nomor 2, kaos dengan teks humor yang mengadaptasi kaos produksi dari pabrik kata-kata Joger. Konsumen lebih banyak memilih ini sebab dengan desain yang mirip kaos jogger yang tentu sudah banyak dikenal, harga yang ditawarkan jauh lebih murah dibanding produk asli Joger. Kaos nomor 1 menjadi pilihan

kedua yang banyak dipilih konsumen, alasannya karena ada unsur humor dengan ciri khas karakter kartun Bali dan teks Bali juga tetap terlihat menonjol. Kaos nomor 3 paling sedikit dipilih.

Secara keseluruhan analisa data di Erlangga 2 didapat bahwa konsumen di sana cenderung menyukai kaos yang ilustrasinya berupa teks. Selain ke empat sampel tersebut, diamati pula bahwa konsumen cenderung menyukai kaos-kaos Bali dengan berbagai jenis desain yang ada teks “Bali” sebagai ciri khas. Sama seperti konsumen di Krisna Nusa Indah, konsumen di Erlangga 2 jika membeli kaos bertema Bali yang dengan tujuan dipakai sendiri, factor utama yang dipertimbangkan adalah lebih memilih gambar ilustrasi dan kualitas bahan, dan harga menjadi factor terakhir sebagai pertimbangan. Namun jika mereka membeli kaos Bali untuk oleh-oleh, mereka akan memilih pertama dari segi harga lalu baru gambar ilustrasi dan kualitas bahan kain.

3.3 Eksistensi Kaos di Kumala Production



Dari ke tiga sample kaos yang diproduksi Kumala production, kaos yang paling banyak dipesan pengepul adalah nomor 1, tema obyek wisata seperti tanah lot, Besakih, Bedugul, Kintamani, Pantai Sanur, Pantai Kuta. Desain kaos ke 2 yang banyak dipesan pengepul besar adalah nomor 2 dan terakhir nomor 3. Mereka lebih menyukai desain ilustrasi yang sudah lama ada ini sebab masih banyak diminati konsumen dan meskipun banyak desain baru dalam motif ilustrasi kaos Bali, desain yang boleh dikatakan bersifat tren abadi ini tetap diminati. Karena yang menjadi factor utama yang dipilih pemesan kaos bertema Bali adalah harga murah, maka kualitas bahan dipilih rata-rata yang ekonomis seperti polyester (PE) 20 S, dan PE 30 S serta semi katun dengan harga Rp.9500-12.500. Namun

selain ketiga sampel di atas kaos Bali dengan ilustrasi I Love Bali dan kaos bambu seperti yang dijual di Krisna Nusa Indah juga banyak dipesan.

a). Interpretasi Makna Tanda (Ikon, Indeks, simbol) Kaos VVIP Krisna

1. Jenis Kaos Tema Humor

Jenis tanda : Ikon

- Ilustrasi karakter tokoh pria Bali

Interpretant ; Mengkomunikasikan ciri pakaian khas masyarakat Bali, bagian bawah (kain penutup/*kamen*) dan penutup kepala (*udeng*) serta bunga kamboja di telinga. Bunga Kamboja bagi masyarakat Bali digunakan sebagai persembahan. Menyimbolkan wujud rasa syukur kehadapan sang Pencipta melalui wangi yang ditebar

- Gaya rambut karakter pria ini (*Mohawk*) menginformasikan ciri khas pelawak Gogon

Tanda : Ilustrasi persegi berwarna merah dan hijau

Interpretant : Menginformasikan bahwa bentuk ilustrasi tersebut mirip dengan logo merek obat nyamuk “Baygon

Tanda : Teks Bli’ Gogon

Interpretant : Mengkomunikasikan arti Bli dalam bahasa Bali adalah kakak (laki-laki) dan Gogon adalah nama pelawak pria nasional

Jenis tanda : Indeks

Wajah karakter pria dengan mulut tertawa sambil menjulurkan lidah

Interpretant : Mengkomunikasikan bahwa tertawa itu timbul akibat sesuatu hal yang lucu, dalam hal ini karena karakter yang ingin dimunculkan adalah pelawak Gogon, maka tertawa identik dengan salah satu ciri khas pelawak dalam menghibur.

Jenis tanda : Simbol

- Teks obat nyamuk

Interpretant : Menginformasikan bahwa ilustrasi ini secara keseluruhan dibuat mirip dengan merk obat nyamuk

Tanda : Teks Bli’ Gogon

Interpretant : Mengkomunikasikan arti Bli dalam bahasa Bali adalah Kakak (laki-laki) dan Gogon adalah nama pelawak, namun yang ingin disampaikan desainernya adalah ini teks plesetan dari merk obat nyamuk “baygon”.

Tanda : Teks bener-bener manjur

Interpretant : Mengkomunikasikan informasi jika merk ini benar-benar manjur,

namun sebenarnya bentuk teks di dalam lingkaran ini mirip dengan logo “bayer” yang ada pada baygon.

Tanda : Teks jaminan lucu

Interpretant : Menginformasikan bahwa ilustrasi karakter pelawak Gogon ini akan memberikan jaminan lucu bagi yang melihat.

Tanda : Bentuk geometri yang ujungnya runcing warna merah dan hijau pada bentuk persegi

Interpretant : Menginformasikan bahwa bentuk ini mirip dengan logo obat nyamuk “baygon” yang aslinya berbentuk segitiga merah yang terbalik sehingga ditujukan untuk semakin mengesankan unsur parodi

Tanda : warna kuning pada kain dan ikat kepala karakter kartun

Interpretant : Warna kuning biasanya digunakan pada upacara-upacara agama Hindu dan Budha sebagai lambang keagungan

Objek : 2. Kaos VVIP Krisna tema seni budaya



Jenis tanda : Ikon

- Ilustrasi jejak kaki

Interpretant ;

Mengkomunikasikan bahwa jejak kaki identik dengan jalan-jalan dan Bali adalah tempat wisata (jalan-jalan)

Tanda :

Ilustrasi karakter masyarakat Bali

Interpretant ;

Menginformasikan berbagai aktifitas yang ada di Bali yang bisa dilihat dan dilakukan seperti pertunjukan tari & gamelan, *surfing*, upacara adat, *snorkeling*, naik *banana boat* & ATV dll

Jenis tanda : Indeks

- Ilustrasi jejak telapak kaki

Interpretant : Mengkomunikasikan bahwa jejak kaki terjadi karena ada seseorang yang sedang berjalan jalan-jalan, dalam hal ini berjalan-jalan ditempat wisata di Bali.

Jenis tanda: Simbol

-Teks Bali jalan2

Interpretant: Menginformasikan bahwa Bali adalah pulau yang sudah terkenal sebagai tempat jalan-jalan

Tanda: Warna oranye pada latar belakang jejak kaki.

Interpretant: Warna oranye memiliki makna positif yakni kehangatan, semangat, keseimbangan, ceria, Hinduisme, energy. Dan itu sesuai dengan berbagai adegan ilustrasi karakter pada kaos tersebut.

Tanda: Warna abu-abu pada karakter orang-orang Bali

Interpretant : Warna abu-abu memiliki makna modern, bersih, kokoh, kesederhanaan, keseimbangan.

Objek : 3.Kaos VVIP Krisna tema teks



Jenis tanda : Ikon

-Ilustrasi karakter wajah pria yang memakai ikat kepala (*udeng*) dan bunga kamboja

Interpretant : Ilustrasi tersebut m: nginformasikan karakter ciri khas Pria Bali namun dengan mimik muka yang lucu

Jenis tanda : Indeks

- Ilustrasi wajah kartun pria yang memakai udeng yang sedang tersenyum

Interpretant ;

-Ilustrasi tersebut menginformasikan bahwa karakter pria Bali tersebut tersenyum hingga giginya terlihat disebabkan membaca ada teks aksara Bali di bawahnya

Jenis tanda: Simbol

Tulisan aksara Bali

Interpretant : Menginformasikan dan memperkenalkan bentuk tulisan aksara Bali kepada masyarakat terutama bagi masyarakat luar Bali yang belum mengetahui.

Tanda: Teks “Bali: Ngrebutin tulang tanpa isi, Indonesia: memperebutkan tulang tanpa daging, makna : memperebutkan hal yang tidak ada gunanya

Interpretant : Menjelaskan arti tulisan dari aksara Bali di atas sesuai alphabet dan menginformasikan makna pepatah tersebut dalam bahasa Indonesia, bahwa memperebutkan hal yang tidak ada gunanya sehingga pepatah ini bisa dijadikan renungan bagi yang membaca

Tanda : Warna latar belakang aksara Bali oranye

Interpretant ; Oranye memiliki makna positif yakni kehangatan, semangat, keseimbangan, ceria, Hinduisme, energy. Dan oranye pada latar belakang teks berbahasa Bali ini menjadikan pusat perhatian agar teks ini bisa dibaca dengan jelas.

Tanda: Hitam pada warna teks pada aksara Bali dan teks Bali

Interpretant : Hitam memiliki makna kemewahan dan elegan, dan pada teks berfungsi sebagai titik focus agar tulisan mudah dilihat.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian pada hasil yang dicapai pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa eksistensi ilustrasi kaos bertema Bali di tiap lokasi penelitian menunjukkan hasil yang berbeda. Jika di Krisna Oleh-oleh Bali eksistensi yang paling nampak adalah untuk kaos anak-anak yang dominan disukai adalah karakter kartun yang sedang tren seperti minion, shaun the sheep, dan untuk ilustrasi kaos dewasa yang VVIP krisna banyak yang menyukai kaos bertema seni dan budaya Bali serta ada teks “Bali”. Untuk kaos produksi supplier di Krisna yang paling eksis adalah kaos I Love Bali. Di Erlangga 2 ilustrasi kaos yang paling eksis adalah kaos dengan tema mengolah teks seperti produksi Joger. Sedangkan di Kumala production yang banyak disukai adalah kaos bertema wisata alam. Sedangkan makna budaya lokal Bali dalam ilustrasi kaos bertema Bali ini dikategorikan kedalam tiga jenis tanda diantaranya ikon, indeks, simbol.

DAFTAR PUSTAKA

Kusrianto, Andi. (2007), Pengantar Desain Komunikasi Visual. Andi: Yogyakarta

Raharja, I Gede Mugi. (2004), *Kaos Oblong Media Desain Komunikatif*. Denpasar: Bali Post

Rustan, Surianto. (2010), *Hurufonttipografi*, PT. Gramedia, Jakarta

Tinarbuko, Sumbo. (2009), *Semiotika komunikasi visual*.Jalasutra, Yogyakarta
