

IKONOGRAFIS POSTER PROMOSI WISATA MASA KOLONIAL 1930-1940

Baskoro Suryo Banindro

Prodi Desain Komunikasi Visual FSR ISI Yogyakarta,
Jl. Parangtritis, Km. 6,5 Sewon, Bantul, Yogyakarta
Griya Suryo Asri 2 B. 12, Suryodiningratan, Yogyakarta
banindro@yahoo.com

Abstrak

*Penelitian ini mengkaji aspek visual elemen rupa poster promosi wisata masa Kolonial Hindia Belanda tahun 1930-1940, dengan tujuan untuk mengetahui mengapa budaya lokal digambarkan dengan pendekatan barat "art deco" yang modern. Melalui metode ikonografi, ketepatan objektif gaya visual akan dirunut dengan sejarah gaya untuk memahami secara kritis bahasa rupa yang terselubung di dalamnya serta ideologi yang direproduksi oleh suatu sistem pertandaan, kajian ini diharapkan dapat mengungkap makna dibalik simbolisasi gambar poster wisata masa kolonial. Hasil kajian dalam penelitian ini adalah gaya "art deco" dipilih untuk memberikan nilai modernitas atas entitas budaya lokal di Hindia Belanda. Miller, J., *Decorative Art* Dorling Kindersley Book Arts, Dorling Kindersley Limited 80 Strand, London, 2006, h. 311*

Kata Kunci: ikonografis, poster wisata, art deco, masa kolonial Belanda

THE ICONOGRAPHIC PROMOTIONAL POSTER TOUR COLONIAL PERIOD 1930-1940

Abstract

This study examines the visual aspect form of promotional poster tour Netherlands East Indies colonial period 1930-1940, with the purpose to find out why the local culture is described with the Western approach "art deco". Through iconography, the accuracy of the objective of visual style will be tracked back with the history of styles to understand the language of critical way that underlies it and the ideology that page are reproduced by an system of sign, this study is expected to reveal the meaning behind the tourist poster image symbolizing the colonial period. Results of the study in this research is an "art deco" style resulting in works of the colonial tourist posters to give a value of modernity over the local cultural entities.

Keywords: the iconographic, tour posters, art deco, colonial Netherlands

I. PENDAHULUAN

Kegiatan kepariwisataan di masa kolonial Hindia Belanda telah berlangsung sejak tahun 1926, hal itu ditandai dengan berdirinya kantor biro perjalanan wisata atau *travel agent* *Lissone Lindeman* (LISLIND) dan *Vereniging Toeristen Verker* (VTV) (Kodhyat, 1996:47), yang merupakan biro perjalanan resmi *Officieel Toeristen Bureau* (OTB) sekaligus biro pembuat reklame di Hindia-Belanda yang memberikan informasi dan fasilitas pendukung promosi kepariwisataan seperti buku panduan wisata, peta, majalah, brosur, poster, kartu pos dan foto (Sunjayadi, 2007:37). Menurut Yoeti (Yoeti, 2000:15), kegiatan pariwisata pada masa kolonial tepatnya dimulai tahun 1910, pasca Gubernur Jendral J.B. van Heutsz mengeluarkan keputusan pembentukan *Vereeniging Toeristen Verkeer* (VTV) pada 24 Maret 1908. Biro wisata VTV dalam mewujudkan objek poster wisata di era 1930an, dibuat oleh perancang reklame di luar Hindia Belanda, antara lain seperti HM Burton dari Sidney-Australia, dan Roger Broders dari Paris-Perancis. VTV juga mendatangkan langsung perancang reklame dari Eropa seperti J. Korver, Jan Lavies, dan JAW von Stein (Agus Sachari, 2009:130).

Objek visual poster di masa tersebut, menyajikan gambar aktivitas budaya lokal penduduk desa di Hindia Belanda yang divisualkan dengan gaya moderen *art deco*. *Art deco*

sendiri dalam pengertian desain, adalah gabungan dari berbagai gaya dan gerakan visual di barat pada awal abad ke-20, termasuk diantaranya *Konstruksionisme*, *Kubisme*, *Modernisme*, *Bauhaus*, *Art Nouveau*, dan *Futurisme*. Estetika *art deco* adalah modernistik yaitu menghasilkan bentuk kombinasi baru atas objek yang disederhanakan dengan kecenderungan dekoratif lokal (Arief, 1999:67-72). Disain yang minimalis, kesederhanaan dalam detail, penggambaran lokal pedalaman menjadi ciri umum *art deco*.

II. GAYAART DECO

Art Deco sebagai 'seni dekoratif', adalah sebuah gerakan desain yang menitik beratkan pada sebuah gaya. Sejak pertamakali diperkenalkan di Perancis, beberapa disainer lainnya segera menyusul di periode ini. Paul Colin salah satunya, meyakinkan kliennya dengan gaya figuratifnya yang sederhana dan berani (Miller, J., 2006:311). *Art deco* muncul di tengah-tengah jaman modernisasi, hal ini berbeda dengan gaya modernisme. Jika modernisme menggunakan pendekatan *Less is more* dan *form follow function*. *Art deco* tampil dengan memanfaatkan ornamen hias dan gaya hiasnya, bahan-bahan sederhana yang sering digunakanyapun menampilkan kesan mewah, sekalipun *art deco* tidak selalu berhubungan dengan kemewahan (Arief, A. S, 1999:67-72). Dalam desain grafis tokoh *art deco* yang terkenal, terutama di Perancis adalah AM, Cassandre dan Jean Carlu. *Art deco* mementingkan kebebasan, dan suasana ceria, dalam karyanya *art deco* harus bebas dari segala aturan. Untuk mendapatkan kombinasi yang paling bervariasi, menjadi sangat perlu untuk membuang susunan yang selalu terpaku pada sumbu vertikal-horisontal, inilah teknik moderen untuk periklanan moderen (Tolmer, A., 1931:31).

Di Indonesia sendiri, pengaruh *art deco* ada sejak orang-orang barat khususnya Belanda yang datang ke Indonesia yakni Amsterdam School yang mempunyai konsep sangat dekat dengan konsep *art deco* (Hartono, D, tt). Dalam *art deco*, objek gambar sebisa mungkin menghindarkan garis dan lebih menonjolkan unsur hias melalui gradasi warna blok, sehingga kaya nuansa artistik dan tampak *fashionable*, hangat dan memberikan kesan yang mewah. Adapun aplikasi visual *art deco* dominan dengan pendekatan warna kusam/temeram, kadang-kadang dengan warna-warna ceria, di lain waktu dikurangi menjadi sangat kontras hanya hitam dan putih (Charles, V dan Klaus H. Carl, tt:11).

III. IKONOGRAFIS

Dalam pandangan Panofsky (Panofsky, 1979:28-30), *ikonografis* merupakan mekanisme untuk mengidentifikasi makna terhadap aspek representasi, baik metafora maupun alegori, yaitu cerita yang dikisahkan dalam bentuk lambang-lambang, dengan melihat hubungan antara motif sebuah karya seni dengan unsur, konsep atau makna yang terkait dengan peristiwa yang diangkat oleh sebuah gambar. Ada tiga tahapan dalam menganalisisnya, pertama tahap *praikonografi* ialah langkah atau tahap awal atau bahasan primer, dalam mendeskripsikan ciri-ciri visual yang tampak dari sebuah objek amatan. Pokok bahasan primer atau alami, dibagi lagi ke dalam faktual dan ekspresional. Ini dipahami dengan mengidentifikasikan bentuk murni yaitu konfigurasi tertentu dari garis dan warna, atau material sebagai representasi atas objek alami dengan mengidentifikasikan hubungan bersamaan mereka sebagai peristiwa-peristiwa dan dengan merasakan kualitas ekspresional itu sebagai karakter atau atmosfer yang kemudian dikenali sebagai pembawa makna primer atau alami dari motif artistik.

Kedua tahap *ikonografi* yaitu sebagai tahap untuk mengidentifikasi makna sekunder terhadap aspek representasi, baik metafora maupun alegori, yaitu cerita yang dikisahkan

dalam bentuk lambang-lambang, dengan melihat hubungan antara motif sebuah karya seni dengan unsur, konsep atau makna yang terkait dengan peristiwa yang diangkat oleh sebuah gambar. Motif yang juga dikenali sebagai pembawa makna konvensional dapat disebut gambar atau gambaran, dan kombinasi dari gambar-gambar adalah apa yang disebut ahli teori seni kuno sebagai cerita dan alegori (*invenzioni*).

Ketiga, tahap *ikonologis* yaitu suatu tahapan tingkat lanjut untuk melakukan interpretasi secara komprehensif makna intrinsik atau isi dipahami dengan menegaskan prinsip dasar yang memaparkan *attitude* dasar dari suatu bangsa, zaman, kelas, persuasi filosofis atau religius yang dikualifikasikan oleh satu kepribadian dan dipadatkan ke dalam satu karya. Analisisnya dilakukan dengan mempertimbangkan seluruh aspek representasi kaitannya dengan pemahaman sejarah, ideologi dan kondisi psikologis pencipta karya seni. Salah satu kelebihan metode ini ialah kemampuannya dalam membongkar tanda yang dipakai untuk memahami secara kritis bahasa rupa yang terselubung serta ideologi yang direproduksi oleh satu sistem pertandaan.

IV. ANALISIS VISUAL POSTER PROMOSI WISATA “JAVA”

A. Pra Ikonografis

Poster promosi wisata berjudul “Java” didominasi oleh gambar 3 (tiga) perempuan sedang mencuci pakaian di atas rakit, di tepi sungai beserta seorang anak kecil berdiri menemani di sampingnya. Teks “Wonderland Of Colour” sebagai sub judul poster terletak sederet dengan judul poster. Air sungai digambarkan dengan pewarnaan campuran warna coklat oker, ungu dengan gelombang air berwarna biru muda, siluet rimbun pohon peneduh digambarkan dengan warna hitam dan sapuan blok warna biru serta akar gantung pohon berwarna coklat. Poster dirancang oleh HM. Burton tahun 1930, dicetak di atas kertas linen dicetak berwarna menggunakan teknik lithografi.

B. Ikonografis

Gambar poster divisualkan menggunakan teknik *aquarel* yaitu suatu teknik pewarnaan menggunakan pigmen cat air dan menilik ketepatan artistik bergaya *Art Deco*. Teks “Printed By John Sands Pty Ltd, Sydney, Nsw”. tertera di tepi bawah sebelah kanan poster, merupakan identitas nama percetakan dan nama tempat dicetaknya poster promosi wisata ini yakni kota Sydney Australia. Poster diakhiri dengan teks “Travel By Kpm Line”, menandai sebagai identitas penyelenggara poster wisata tersebut yakni kantor jawatan perjalanan pelayaran Kerajaan Belanda.

C. Ikonologis

Poster wisata “Java Wonderland Of Colour” ini menggambarkan *cultural activity* para wanita desa yang sedang mencuci pakaian di sungai. Menilik dari judul poster, maka objek poster ini berada di Pulau Jawa, melihat fakta visual serta ciri fisik pada gambar poster tersebut, mereka adalah para wanita desa di Jawa Barat atau lebih dikenal dengan nama wanita Pasundan.

Para wanita tersebut mencuci ke sungai di atas rakit bambu¹ dengan mengenakan kain *basahan* (kebaya untuk pekerjaan mencuci di sungai), baju kurung lengan pendek, atau

¹ Rakit bambu tidak hanya digunakan sebagai tempat aktivitas mencuci namun juga dimanfaatkan sebagai alat transportasi masyarakat baik dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya. Di daerah Depok di masa kolonial, dahulu terdapat perkampungan Pondok Cina, Mampang, Cinere, Citayam dan Bojong Gede. Sungai besar yang dimaksud adalah Sungai Ciliwung. Sekalipun istilah besar itu relatif bahkan jika diperbandingkan antar tahun-tahun yang berbeda maka menurut pengertian saat itu Sungai Ciliwung sangat besar. (Sumber: Ekspedisi Mr Abraham van Riebeeck 1703 ke Pakuan, Pajajaran via Ciliwung, Pelabuhan di Daerah Aliran Sungai (DAS) Ciliwung Tempo 'Doeloe').





Gambar 1. Poster KPM dirancang oleh HM Burton, tahun 1930, ukuran 101.2 x 66.1 cm (Sumber Koleksi Baskoro Suryo Banindro)

kebaya lengan panjang dengan peniti sebagai kancing. Untuk menutup bagian tubuh lainnya umumnya mereka mengenakan *sinjang kebat* (kain batik panjang) atau kain sarung basahan yang khusus dikenakan saat mencuci atau mandi. Ciri khas *kebaya* Pasundan adalah modelnya yang menyerupai *blouse* dengan potongan yang memperlihatkan lekukan pinggang. Ciri khas lainnya dari *kebaya* ini adalah menggunakan bahan kain bermotif polos, berwarna kalem dan lembut (Mengenal-sejarah-kebaya.html, diakses 27 Juni 2016, 22.47 WIB).

Kain sarung biasa juga dikenakan sebagai penutup kepala, mengenyakannya dengan cara dilipat dan dililitkan di kepala, fungsinya adalah selain melindungi kepala dari terik matahari sekaligus untuk melindungi rambut dari percik air atau jatuhnya daun kering dari atas pohon. Anak perempuan kecil yang sedang berdiri menemani ibunya digambarkan mengenakan baju *oto*, yaitu baju kain khas untuk anak kecil di masanya. Perhiasan *subang* dan gelang tampak dikenakan para wanita tersebut, seorang pencuci baju di sebelah paling kiri, tampak mengenakan *giwang* di telinganya yaitu sejenis *anting* bundar terbuat dari perak atau emas. Dalam gambar tampak satu wanita lainnya mengenakan gelang *kanteh*, disebut demikian karena terbuat dari benang *kanteh* yakni benang untuk bahan menenun, biasanya berasal dari serat kapas.² Gelang *kanteh*, dalam gambar tampak juga dikenakan pada lengan tangan kiri anak kecil, fungsinya untuk mengusir makhluk halus atau mencegah supaya jangan diganggu makhluk halus.

Gelang *bahar* tampak dikenakan oleh salah seorang wanita yang duduk di tengah, gelang terbuat dari akar pohon bahar fungsinya untuk penyembuhan penyakit atau *tolak bala*. Ragam warna gelang ini ada yang berwarna putih ada juga yang hitam. Keranjang bambu atau *denok* (bhs. Sunda) adalah bakul tempat wadah cucian yang terbuat dari anyaman bambu³ menjadi pelengkap aktivitas mencuci pakaian ini. Gambaran rerimbun pohon sebagai tempat bernaung para wanita pencuci adalah *siluete* gambar dari pohon *Elo*⁴ yaitu jenis pohon besar yang biasa hidup di tepi Sungai Ciliwung.

Konsep	Objek Amatan	Referensi
Rakit bambu terbuat dari ikatan dan anyaman batang bambu.		

Gambar 2. Referensi ketepatan objektif mencuci pakaian di atas rakit bambu. (Sumber foto: Troppen museum)

² *Kanteh* dimaknai kesinambungan asal muasal keberadaan manusia sejak awal sampai hari akhir nanti. Idiomatika Sunda: "Ti wiiwit mula ngajadi. Lumentang ti Silihwangi lumentang ka Pajajaran. Moal aya dahan mun taya catang, moal aya catang mun taya tunggul." (Sumber: Seminar Pameran Alat Tenun di Museum Jawa Barat - Bandung, 15 Juli 2003, Makna Alat Tenun Tradisional Menurut Padangan Hidup Urang Sunda, oleh H.R. Hidayat Suryalaga)

³ Keranjang sejenis juga dapat dijumpai di beberapa tempat di Jawa, sebutan itu misalnya *tenggok*, *bakul*, (Jateng)

⁴ *Lo/Elo* (Jawa), *Lowa/Loa* (Sunda), *Arah* (Madura), *Ara* (Indonesia), *Cluster Fig Tree* atau *Goolar Fig Tree* (Inggris), Nama ilmiah/latin: *Ficus racemosa* L., dengan nama sinonim (serupa) *Ficus glomerata* Roxb. Saat ini tumbuhan pohon ini masih dapat dijumpai di kawasan Tanjungan, Condet, Jakarta Timur, tumbuh alami di tepi Ciliwung. Tajuk pohon ini cukup rindang sehingga bisa menjadi peneh di tepi sungai. Dari beberapa cabangnya muncul akar yang menjulur ke bawah menyentuh bumi. (Sumber: Heulang Jawa, Kota Bogor Bebas Sampah, Wujudkan komitmen untuk membuat Sungai Ciliwung di Kota Bogor Bebas Sampah)

Tanah “Java” (Jawa, bhs.Indonesia) adalah surga dunia, asal nama Jawa berasal dari tanaman *jáwa-wut* (yang banyak ditemukan di pulau ini pada masa purbakala). Ada pula dugaan bahwa pulau ini berasal dari kata *jau* yang berarti "jauh" (Raffles, 1965:3). Dalam Bahasa Sanskerta *yava* berarti tanaman jelai, sebuah tanaman yang membuat pulau ini terkenal. Sebutan *Yawadvipa* juga terdapat dalam epik India Ramayana (*dvīpa* = pulau). Dugaan lain ialah bahwa kata "Jawa" berasal dari akar kata dalam bahasa Proto-Austronesia, yang berarti 'rumah' (Hatley, 1984:32).

Rakit bambu yang digunakan sebagai landasan mencuci dan mengambang di atas air merupakan wujud kebudayaan benda-benda hasil karya manusia yang memuat sistem teknologi dan ilmu pengetahuan. Membuat dan menggunakan rakit bambu, di masa lalu menjadi salah satu wujud budaya fisik masyarakat tepian Sungai Ciliwung⁵ di daerah perkampungan Bojong Gede, Depok, pada masa lampau Sungai Ciliwung merupakan sumber kehidupan utama masyarakat karena berbagai aktivitas dilakukan di sini. Mulai dari keperluan rumah tangga sehari-hari hingga jalur perdagangan internasional. Sungai Ciliwung mulai berperan sejak zaman purba, ketika manusia prasejarah menghuni Jakarta.⁶ Berkat Sungai Ciliwung yang bersih, Batavia (nama Jakarta pada masa itu) mendapat julukan 'Ratu dari Timur', dari para pendatang asing karena keindahannya (Susantio, 2010).

D. Sintesis

Makna simbolik yang muncul dari objek visual poster di atas dan menilik artefak yang digunakan para wanita tersebut, menunjukkan bahwa *cultural activity*, sistem dan wujud kebudayaan telah dikenal di Jawa, khususnya dalam hal ini Tatar Sunda. Menurut RW. van Bemelan pada tahun 1949, Sunda adalah sebuah istilah yang digunakan untuk menamai dataran bagian barat laut wilayah India timur, sedangkan dataran bagian tenggara dinamai Sahul. Suku Sunda merupakan kelompok etnis yang berasal dari bagian barat pulau Jawa, Indonesia, yaitu berasal dan bertempat tinggal di Jawa Barat. Daerah yang juga sering disebut Tanah Pasundan atau Tatar Sunda (Dienaputra, 2005).

Secara antropologi budaya dapat dikatakan, bahwa yang disebut suku Sunda adalah orang-orang yang secara turun temurun menggunakan bahasa-ibu bahasa Sunda serta dialeknya dalam kehidupan sehari-hari, dan berasal serta bertempat tinggal di daerah Jawa Barat. Secara kultural daerah Pasundan itu merupakan perbatasan bahasa-bahasa Sunda dipakai secara luas dalam masyarakat di Jawa Barat (Koentjaraningrat, 2002). Suku Sunda mempunyai pakaian adat/tradisional yang sangat terkenal, yaitu *kebaya*. *Kebaya* merupakan pakaian khas Jawa Barat yang sangat terkenal, sehingga kini *kebaya* bukan hanya menjadi pakaian khas Sunda saja tetapi sudah menjadi pakaian adat nasional. Hal ini menunjukkan bahwa kebudayaan daerah merupakan bagian dari kebudayaan nasional.

Keseluruhan visualisasi poster ini menggunakan teknik ilustrasi gambar tangan menggunakan kuas dan cat air. Hal ini bisa dilihat dari hasil akhir yang khas dari cat air yaitu memiliki sifat-sifat transparan dengan warna-warna lembut dan cemerlang dan mempunyai ciri khas impresinya sebuah lukisan cat air (Crawson, 1979.). Poster wisata ini visualisasinya menggunakan pendekatan gaya *art deco*, hal ini dapat dilihat dari hasil akhirnya dimana seluruh objek digambarkan dengan memaksimalkan gaya hiasnya.

⁵ Merujuk pada laporan Tome Pires tahun 1513 tentang Ciliwung dan Pakuan, Pajajaran, lokasi di sisi sungai yang berada tidak jauh dari perkampungan Depok tersebut terdapat Kampung Parung Malela. Di area pinggir sungai ini cukup landai untuk aktivitas dan cukup mudah dilalui untuk menuju pusat perkampungan Depok. (Sumber: Ekspedisi Mr Abraham van Riebeeck 1703 ke Pakuan, Pajajaran via Ciliwung, Pelabuhan di Daerah Aliran Sungai (DAS) Ciliwung Tempo 'Doeloc').

⁶ Ciliwung atau *Ci Liwung* berasal dari kata *Ci Haliwung*. Nama aslinya adalah *Ci* (Sunda: air) *Haliwung* (Sunda: keruh) dan disebut dalam naskah Sunda "Bujangga Manik" (abad ke-15). Panjang aliran utama sungai ini adalah hampir 120 km dengan daerah tangkapan airnya (daerah aliran sungai) seluas 387 km persegi.^[2] Sungai ini relatif lebar dan di bagian hilirnya dulu dapat dilayari oleh perahu kecil pengangkut barang dagangan. Wilayah yang dilintasi Ci Liwung adalah Kabupaten Bogor, Kota Bogor, Kota Depok, dan Jakarta.

Dalam hal estetikanya dengan merujuk pada ciri umum *art deco*, maka objek visual gambar poster tersebut modernistik, yakni mengemas aktivitas budaya lokal pedalaman yang dipresentasikan dengan menggunakan metode barat yakni gaya *art deco* sehingga memberikan citra visual modern. Objek visual disederhanakan dalam detail, namun mampu menampilkan kesan mewah, hal ini dapat dilihat dari penggunaan warna kontras pada figur para wanita dan anak, *background*, penggambaran air dan pepohonan.

Burton, sebagai perancang grafis berpendidikan barat, menerapkan konsep dramatisasi atas teks *Wonderfull of Color* untuk mengungkapkan betapa indahnya pulau Jawa, melalui permainan warna, suasana ceria objek gambar, elemen huruf serta pemilihan *frame* poster dengan aksesoris dekoratif yang harmonis. Melalui ide-ide gagasan yang dikandungnya, Burton berupaya komunikasi lewat media poster dalam membantu menciptakan makna-makna yang vital, makna yang akan membantu mendefinisikan cara kita melihat sebuah objek. Melalui pilihan warna, menghindarkan garis dan lebih menonjolkan unsur hias melalui gradasi warna blok, dan pewarnaan cat air dengan warna-warna primer yang kontras, menghasilkan efek yang kaya nuansa artistik sehingga tampak berhias, *fesyen dan berkesan* mewah dan moderen.

Karya desain sebagai seni visual, diharapkan tidak hanya bisa dihayati melalui visualisasi bentuk, tetapi dibalik itu juga bisa menangkap kesan dan pesan yang dalam dari perasaan yang diekspresikan oleh si perancang (Kusmiati, 2004). Membaca pesan atas gambar poster promosi wisata *centre of excellence* nya Jawa, sebagaimana telah sering dipromosikan oleh biro-biro wisata kepada orang-orang calon pelancong di Eropa kala itu. Pemilihan objek gambar para wanita mencuci di sungai dengan pakaian ketimuran ialah untuk menunjukkan budaya lokal di Hindia Belanda telah beradab dan maju. Aktivitas budaya lokal mencuci pakaian di sungai di atas rakit oleh para wanita Pasundan merupakan simbolisasi adanya *cultural activity* di Hindia Belanda, fragmen aktivitas mencuci di sungai beserta atribut dan elemen visual pendukung lainnya memberikan dimensi yang luas tentang kondisi tanah Jawa.

Melalui gambar tersebut Burton ingin mengangkat keindahan alam pedalaman yang asri, sungai yang jernih, tanaman alam yang dibudayakan dalam bentuk rakit bambu dan rindangnya pepohonan di Hindia Belanda tampil moderen. Ketepatan artistik Burton dalam menggambarkan objek gambar aktivitas budaya lokal dan alam pedalaman Hindia Belanda dalam media poster, menunjukkan bahwa Burton seorang modernis.

Dengan kecakapan artistiknya Burton telah dapat merepresentasikan keindahan eksotika dan budaya lokal timur di Hindia Belanda secara modernistik, yakni melalui poster bergaya *art deco*. Burton telah memberikan cara pandang baru dalam berkomunikasi visual baik dalam hal pendekatan warna, teknik, maupun gaya yang digunakan, sehingga pada akhirnya mampu membangkitkan daya pikir dan imaji audien pada visualisasi poster promosi wisata masa kolonial tersebut akan dimensi ruang dan waktu sehingga tampak aktual dan modern.

V. ANALISIS VISUAL POSTER “SEE BALI”

A. Pra Ikonografis

Poster promosi wisata *See Bali*, dirancang oleh J. Korver tahun 1939. Didominasi oleh gambar sosok wanita Bali mengenakan pakaian tradisional Bali berwarna kecoklatan. Tubuhnya digambarkan tanpa mengenakan tutup dada sehingga tampak kedua belah payudara dan putingnya. Rambutnya yang hitam disanggul, kain putih dikenakan untuk mengikat rambut kepala dan ditelinganya terdapat subang bulat berwarna putih kekuningan. Wajahnya dan badannya digambarkan penampakkan tiga perempat dari arah samping atau *enprofile* dan ekspresi *gesture* bibir menyiratkan senyum. Sosok wanita Bali tersebut



Gambar 3. Poster See Bali karya J. Korver, tahun 1931 ukuran 66 cm x 91 cm (Sumber Koleksi Baskoro Suryo Banindro)

digambarkan berdiri mengusung sesaji berisi aneka warna-warni buah-buahan dalam sebuah tempat bakul yang *disangga* dengan tangan kiri sementara tangan kanan memegang kain yang dikenakannya. Pada latar belakang gambar wanita tersebut terdapat stilasi siluet rerimbunan pohon yang menyatu dengan gambar terasering tanah bergelombang berwarna hijau gradasi memanjang ke kanan.

Latar belakang poster berupa gambar gunung berwarna biru gradasi menjulang mengepulkan asap berwarna putih, terdapat gambar garis cakrawala dan danau berwarna biru gradasi yang memisahkan lembah pegunungan dimana terdapat gambar bangunan dua sosok *meru* berwarna biru gradasi, dengan gambar sosok bangunan pintu pura berwarna coklat tua berbentuk *candi bentar* dengan dua buah bangunan tempat meletakkan sesaji berwarna kombinasi kuning krem dan coklat tua di sebelah kanan poster.

B. Ikonografis

Poster dibuat tahun 1930, di cetak warna menggunakan kertas linen dengan teknik *lithography* dan bergaya *art deco*. Pada sudut kanan bawah poster terdapat inisial nama disainer J.Korver, di bagian bawah poster terdapat teks judul poster “See Bali” dengan *font script* untuk tulisan “See” dan *sanserif* untuk teks “Bali”. *Closing* poster terdapat teks “Issued By The Travellers Official Information Bureau Of The Netherlands Indies Batavia”.

C. Ikonologis

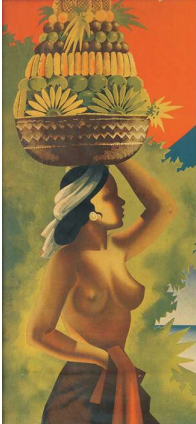

Poster promosi wisata berjudul “See Bali” ini adalah penggambaran simbolisasi tradisi di Pulau Bali sebagai bagian dari ritual agama Hindu Bali di masa kolonial, melalui sosok figur wanita. Dalam poster wisata masa Kolonial tersebut digambarkan seorang wanita Bali sedang mengusung *gebogan*⁷ sesaji dari hasil bumi, tegak berdiri mengenakan kain tradisional Bali tanpa penutup dada sambil mengusung sesaji sebagai bagian dari upacara *maturan*, yakni menyampaikan persembahan dengan menghaturkan apa saja yang merupakan hasil karya sesuai menurut kemampuan dengan perasaan tulus ikhlas, intinya adalah perwujudan rasa bakti dan kerelaan untuk *beryadnya*. Objek ini merupakan bagian dari prosesi *mererot* yaitu bagian rombongan para wanita yang sedang berjalan beriring mengusung sesaji menuju ke suatu tempat pemujaan.

Bagi masyarakat Bali yang mayoritas penduduknya beragama Hindu, sesaji telah menjadi pemandangan sehari-hari yang bisa dijumpai di berbagai tempat, sesaji yaitu persembahan kepada sang *Hyang Widi* (Tuhan Yang Maha Esa). Sesaji dalam keseharian masyarakat Bali disebut dengan istilah *banten*, diusung dalam bokor yang pada umumnya terbuat dari logam *swasa*, di dalamnya berisi aneka macam jenis buah hasil bumi lokal, umumnya jaman dulu memetik dari kebun sendiri di belakang rumah, apel, pisang, jeruk, manggis, salak, nanas, jambu, manga yang dihias dengan untaian janur dan bunga-bunga persembahan. *Suun* sesaji merupakan istilah yang biasa digunakan oleh para wanita pengusung sesaji di Bali.

Pakaian adat Bali yang dikenakan dalam gambar poster ini ialah *iket anteng* digambarkan berwarna coklat muda dan kain *kamen* coklat tua, pada bagian kepala mengenakan kain

⁷ *Gebogan* atau *pajegan* adalah suatu bentuk persembahan berupa susunan dan rangkaian makanan termasuk juga buah-buahan dan bunga-bunga. Umumnya dibawa dan ditempatkan dipura dalam rangkaian upacara Panca Yadnya. Karena keindahan bentuknya, hanya digunakan sebagai dekorasi.

suunan berwarna putih dan tidak ketinggalan subang *cerorot* yang besar menghiasi daun telinga. Latar belakang siluet rerimbunan pohon maja batu atau *bilwa* bernuansa kehijauan menggambarkan alam Bali yang masih natural dan alami. Tanaman atau rimbun pepohonan dibalik sosok wanita pengusung sesaji berwarna hijau gradasi adalah pohon *Bilva*.⁸

Konsep	Objek Amatan	Referensi
<p>Sosok wanita Bali mengusung <i>gebogan</i> tahun 1930an</p>		

Gambar 4. Referensi ketepatan objektif sosok wanita Bali mengusung sesaji tanpa kain penutup dada. (Sumber: balinature.com)

Gunung dalam gambar *background* poster yang dimaksud adalah Gunung Batur, gunung berapi aktif yang terletak di Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli, Bali, sebagai gunung berapi aktif di tahun 30an, sosok gambar pura di bagian lembah yang merupakan gambaran Pura Ulun Danu Batur, pura ini disebut pula Pura Pradana yang bermakna Tuhan dipuja untuk menguatkan spiritual umat dalam membangun kemakmuran ekonomi.

Di masa lalu wanita Bali umumnya tidak mengenakan penutup dada, dari data visual yang diperoleh hingga tahun 1950 kebiasaan tanpa mengenakan penutup dada ini masih diterapkan oleh para wanita di Pulau Bali, hal ini bukan untuk pamer keindahan buah dada yang mereka miliki melainkan untuk menunjukkan jati diri sebagai wanita dan ciri keibuan (Rusmako, 2008:28). Dalam ranah adat istiadat, hal ini adalah bagian dari sistem sosial sebagai keseluruhan aktifitas manusia atau segala bentuk tindakan manusia dalam berinteraksi dengan manusia lainnya. Dalam menggunakan busana (pakaian) adat Bali diawali dengan menggunakan *kamen* (bawahan).

Busana tradisional wanita umumnya terdiri dari: *gelung* (*sanggul*), *sesenteng* (*kemben songket*), kain *wastra*, sabuk *prada* (*stagen*), membelit pinggul dan dada, selendang songket bahu ke bawah. Kain *tapih* atau *sinjang*, dikenakan di sebelah dalam, dipenuhi beragam ornamen perhiasan. Sering pula dikenakan kebaya, kain penutup dada, dan alas kaki sebagai pelengkap (Hinzler, 1995:25). Aktifitas ini dilakukan setiap waktu dan membentuk pola-pola tertentu berdasarkan adat yang berlaku dalam masyarakat tersebut.

Perempuan Bali memang sejak kecil terlatih membuat *banten* (sesajen) dan orangtua selalu melibatkan anak perempuan dalam membuat sesaji upacara ritual. Metode mendidik anak belajar sambil bekerja sangat efektif dan menunjukkan hasil gemilang, sehingga wanita

⁸ Pohon *Bilva* disucikan untuk Dewa Siwa dan karena sebuah sesaji yang terbuat dari daun-daun tersebut adalah suatu ritual yang wajib, pohon ini selalu ditanam didekat kuil Dewa Siwa. *Bilvandin*, ia yang memiliki sebuah tongkat yang terbuat dari kayu *Bilva*, adalah nama lain dari Dewa Siwa.

Bali tidak pernah berkeluh kesah dalam menunaikan tugas serta kewajibannya. Dengan keluguan mengarungi kehidupan, wanita Bali sanggup beradaptasi dengan perempuan modern. Segala kegiatan ini dalam pandangan kebudayaan merupakan aktivitas budaya lokal yang dapat berupa hasil seni, tradisi, pola pikir, atau hukum adat.

Tanaman seperti yang digambarkan pada latar belakang wanita *mererot* adalah pohon *bilva* (*Ficus religiosa*) adalah tanaman suci, mempunyai akar ke atas menyimbolkan spirit dan akar ke bawah menyimbolkan duniawi, *bilva* merupakan tanaman *aswatha* (*bhagavadgita*), dimana setiap lembarnya merupakan simbol-simbol sloka-sloka suci Weda. Di Bali, daun *bilva* dipergunakan sebagai sarana pemujaan yang paling utama pada Hari Siwaratri, yang tertuang dalam Siwaratri Kalpa (Titib, 2006). Tanaman ini adalah tempat kediaman dewa, sebab itu ia memancarkan sinar/oksigen. Dengan analisis itu maka pohon *bilva* mengandung simbolik yang menggambarkan bahwa ia adalah bertumpu pada ketekunan (Sudharta, 1994) Korver merancang poster promosi wisata mempromosikan Hindia Belanda melalui presentasi eksotika wanita-lokal budaya timur dan aktivitas religi di Bali dalam posternya.

D. Sintesis

Komersialisasi kesenian Bali muncul sejak zaman kolonial Belanda sekitar 1930 (Komersialisasi kesenian Bali terjadi sejak zaman kolonial diakses, Jumat, 31 Januari 2014 12:27 WIB), pembuatan poster promosi wisata ini menjadi salah satu akses para wisatawan barat mengenal kehidupan di timur di periode ini. Budaya tradisi timur yang tidak pernah terekspose sebelumnya, melalui tangan perancang grafis Korver, Bali diungkapkan dengan pendekatan barat *art deco* untuk menjadikan objeknya terlihat modernistik. Sebagai salah satu seniman poster moderen, Korver yang datang ke Hindia Belanda era 1930an merupakan bagian dari para seniman modernis hasil didikan Amsterdam Scholl yang berafiliasi pada gaya *art deco*.

Melalui visualisasi posternya, Korver tidak saja hanya ingin mengenalkan Bali kepada audien calon pelancong, namun juga meramu dan padurupakan gaya estetis barat dengan potensi objek lokal timur sehingga menghasilkan bentuk visual poster yang modernistik. Hal ini tidak saja merujuk pada presentasi visual akhir objek poster semata, namun kemampuan teknisnya menghasilkan karya seni baru dan moderen ala barat telah mencerminkan tanggung jawab artistiknya sebagai seniman yang membawa cara pandang baru dalam teknik dan gaya poster komersial ke Hindia Belanda.

VI. PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian dengan topik poster promosi wisata masa Kolonial Belanda 1930-1940 telah menghasilkan beberapa poin terkait dengan visualisasi pada gaya yang disajikan. Melalui serangkaian pengumpulan data dan penelitian, reduksi dan verifikasi data, dapat disimpulkan bahwa gaya visual yang dikerjakan kaum modernis Belanda di atas bersifat moderenistik yakni menghasilkan karya baru dengan gaya dikembangkan, mengadopsi gaya moderen yang sedang populer di Eropa, yaitu gaya *art deco*. Menjawab apa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, yaitu mengapa poster wisata masa kolonial dengan objek budaya lokal divisualkan dengan pendekatan gaya *art deco*? untuk itu dapat disimpulkan bahwa: pertama *art deco* adalah sebuah gayayang selalu mengadopsi budaya lokal setempat dengan gaya barat dalam visualisasinya, kedua estetika *art deco* yang mengadopsi budaya lokal dapat menciptakan sendiri ciri khasnya dalam visualisasinya, ketiga gaya *art deco* yang dihasilkan dalam karya poster wisata masa kolonial tersebut untuk memberikan nilai modernitas atas

entitas budaya lokal.

Di sisi lain elemen desain seperti ilustrasi gaya *art deco* berkesan mewah (*fashioned*), ceria, sederhana dalam bentuk namun tetap mencirikan modernistik, tepat diterapkan untuk mengangkat objek tradisi budaya lokal. Triangulasi atas beberapa teori *art deco* di atas, dapat dirumuskan bahwa *art deco* bertujuan memodernisasi objek lokal sehingga tampak modern. *Art deco* merupakan sebuah gaya baru yang dikembangkan dengan mengkombinasi padukan bentuk objek minimalis dan kecenderungan dekoratif lokal, kesederhanaan dalam detail, menggambarkan lokal pedalaman yang didukung oleh gaya visual estetikanya, sehingga menjadikan objek budaya lokal tampil modernistik.

B. Saran

Dalam merancang karya seni rupa khususnya disain grafis poster, ada beberapa hal yang harus diperhatikan disainer antara lain: memahami unsur dan konsep objek karya seni yang akan dihasilkan. Objek karya seni sedapat mungkin membawa atribut yang representative agar dapat diapresiasi sekaligus diidentifikasi penandaan maknanya dengan jelas, baik teks maupun konteks pada eranya. Informasi yang memadai, media, teknik, gaya yang akan digunakan dalam mengolah karya rupa. Subjek yang diproses harus dapat diidentifikasi dan dikodefikasi dengan benar.

Disainer tidak hanya mempunyai kewajiban menyampaikan eksplorasi dan ekspresi semata, akan tetapi fungsi komunikasi, presentasi, simbolisme menjadi salah satu muatan ekspresi visual yang harus hadir dalam karya seni. Ketepatan artistik dan sejarah gaya juga harus menjadi sebuah pengeahuan yang harus dipahami perancang grafis agar karya yang dihasilkan mampu membawa *insight* sebagai penanda zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, A.S., (1999). *Tinjaun Desain Dari Revolusi Industri Hingga Postmodern*, Jakarta: Universitas Tarumanagara.
- Charles, V. & Klaus H. Carl, (tt.). *Art Deco*, Parkstone.
- Crawson, A., (1979). "*How to Paint with Water Colors*", First Published by Collins, Glasgow and London.
- Dienaputra, R.D., (2005). Budaya Sunda, Antara Mitos dan Realitas. Artikel *Pikiran Rakyat* edisi 6 Mei.
- Hatley, R., S, J., Lucas, A., Martin, B., (1984). *Mapping cultural regions of Java in: Other Javas Away From The Kraton*.
- Hartono, D., *Bandung Society for Heritage Conservation*, html
- Heidi, H., (1995). *Artifacts and Early Foreign Influences*. From Oey, Eric (Editor), *Bali*, Singapore: Periplus Editions.
- Heulang Jawa, Kota Bogor Bebas Sampah, Wujudkan komitmen untuk membuat Sungai Ciliwung di Kota Bogor Bebas Sampah
<http://www.babadbali.com/pura/plan/ulun-danu-batur.htm> diakses 24 Juli 2016, pukul 23.34 WIB
- Kodhyat, H., (1996). *Sejarah Pariwisata Dan Perkembangannya Di Indonesia*, Jakarta : Grasindo.
- Kusmiati, A., (2004). Dimensi estetika Pada Karya Arsitek dan Disan", Jakarta: Djambatan.
- Koentjaraningrat, (2002). *Manusia Dan Kebudayaan di Indonesia*, Jakarta: Djambatan.
- Komersialisasi Kesenian Bali terjadi sejak Zaman Kolonial* diakses, Jumat, 31 Januari 2014 12:27 WIB

- Kintamani, *Eloknya Pemandangan Gunung dan Danau Batur*, see-and-do/nature-and-outdoor/kintamani/.com. diakses 25 Juli 2016, pukul 23.11 WIB
- Miller, J., (2006). *Decorative A Dorling Kindersley Book Arts*, Dorling Kindersley Limited 80 Strand, London
- Mengenal-sejarah-kebaya.html, diakses 27 Juni 2016. 22.47 WIB
- Panofsky, E., (1965). *Meaning in The Visual Arts*, The University of Chicago Press, Chicago 1979, Raffles, E., Thomas "*The History of Java*", Oxford: Oxford University Press.
- Raffles, T. E., (1965). "*The History of Java*", Oxford: Oxford University Press.
- Riana, J. M. I Ketut, *Babad Bali - Pura Ulun Danu Batur*, diakses via on line www.babadbali.com/pura/plan/batari-dewi-danuh.htm
- Rusmako, dkk., (2008). *Pendidikan Budi Pekerti*, Yogyakarta: Grasindo.
- Sachari, A., (2009). *Budaya Visual Indonesia*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sudharta, T.R., (1994). *S'iwatri Makna Dan Upacara*. ISBN-13: 978-979-832533.
- Sunjayadi, A., (2007). *Vereeniging Toertistenverker Batavia (1908-1942) - Awal Turisme Modern di Hindia Belanda*, Jakarta: Terbitan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya (FIB) UI.
- Suryalaga, H.R., H., (2003). *Makna Alat Tenun Tradisional Menurut Padangan Hidup Urang Sunda*, Seminar Pameran Alat Tenun di Museum Jawa Barat - Bandung, 15 Juli.
- Susantio, D., (2010). Ciliwung Paling Bersih dan Paling Baik di Dunia, *Majalah Arkeologi Indonesia On Line*, diakses 26 Februari, 22.47 WIB.
- Tolmer, A., (1931). *Art Deco Mise en Page: The Theory And Practice Of Lay-Out*,
- Titib, I.M., (2006). *Persepsi Umat Hindu Bali Terhadap Svarga, Naraka, Dan Mok? a Dalam Svargaroha? aparva: Perspektif Kajian Budaya*, Surabaya: Penerbit Pâramita.
- Yoeti, O.A., (2000). *Ilmu Pariwisata: Sejarah, Perkembangan dan Prospeknya*, Jakarta: PT. Perca.