

# **GAYA POP ART PADA KARYA DESAIN GRAFIS DI INDONESIA**

**Ketut Nala Hari Wardana**

Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja  
Jalan Jend. A. Yani 67 Singaraja 81116, Telp. 0362-21541, Fax. 0362-27561  
Email: nala9hari@yahoo.com

## **ABSTRACT**

Popular Art, or often abbreviated to Pop Art is an art movement whose presence is heavily influenced by popular culture phenomena that occur in society. Pop Art looks at popular culture for commercial purposes as a raw material that can be used as a source of ideas in the creation of work of art. Pop Art developed in the years around 1960's in America and England. Although the style of Pop Art has a long presence in the art world, until now it seems the style of Pop Art is still one interesting source of inspiration for creative being, including graphic designers in Indonesia. This article tries to trace the presence of the Pop Art style in some form of graphic design work in Indonesia.

Keywords : Pop Art, graphic design.

## **PENDAHULUAN**

Pada dekade tahun 1960-an dunia seni rupa disemarakkan oleh lahirnya gerakan seni yang kemudian terkenal dengan sebutan *Pop Art*. *Pop Art* berkembang sangat pesat di Inggris dan Amerika. Pertautannya yang cukup erat dengan budaya massa membuat gerakan seni ini menyebar dengan cepat. Karya seni yang muncul pada era *Pop Art* memiliki gaya tersendiri yang dengan mudah dapat kita kenali melalui bahasa rupa yang digunakannya. Para seniman Pop banyak mengangkat ikon-ikon yang kerap muncul di media massa atau masyarakat, seperti komik, iklan, selebriti, dan sebagainya. Berbagai ikon yang ada tersebut kemudian diolah menjadi bentuk baru yang seringkali tampil secara nakal dan mengejutkan.

Walaupun aliran *pop art* telah cukup lama perkembangannya, namun pengaruhnya masih tetap terasa hingga saat ini, tidak saja di bidang seni lukis namun pengaruh tersebut terasa pula

pada bidang seni lainnya seperti desain grafis. Karya seni *pop art* dari para maestronya seperti Andy Warhol dan Roy Lichtenstein dengan segala ciri khas dan keunikannya, kerap kali dapat kita lihat jejaknya pada beberapa karya desain grafis yang ada saat ini. Para desainer grafis mencoba mengangkat ciri khas dan keunikan gaya *pop art* tersebut sebagai sumber inspirasi dalam proses perancangannya. Tulisan ini akan mencoba meninjau penerapan gaya *Pop Art* dalam beberapa karya desain grafis yang ada di Indonesia saat ini. Sejauh mana, desainer grafis yang ada di Indonesia memanfaatkan gaya *Pop Art* ini dalam karya-karya rancangannya.

## **Sejarah Dan Perkembangan Pop Art**

Sebelum mengupas lebih jauh tentang penerapan gaya *Pop Art* dalam karya desain grafis yang ada di Indonesia, ada baiknya pembahasan ini akan diawali dengan tinjauan sekilas tentang sejarah dan perkembangan *Pop Art* itu sendiri. Kehadiran *Pop Art* bagaimanapun juga

tidak bisa dilepaskan dari latar belakang sosial dan budaya yang melingkupi masa-masa awal perkembangannya. Oleh karena itu tinjauan ini akan diawali dengan gambaran tentang seting sosial dan budaya yang terjadi pada masa itu. Dengan memahami seting sosial dan budaya yang terjadi saat itu, diharapkan akan diperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang gerakan seni yang cukup fenomenal ini.

*Pop Art* berkembang pada sekitar tahun 1960-an di Amerika dan Inggris. Pada dekade tahun 60-an tersebut, di Amerika dan Inggris terjadi ledakan pertumbuhan penduduk usia muda (Baby Boomers). Saat itu, populasi penduduk yang menginjak usia remaja dan dewasa awal tercatat sebagai pertumbuhan populasi terbesar dalam sejarah. Situasi ini kemudian memunculkan sebuah fenomena yang disebut *Youthquake*. Sebuah fenomena yang di dalamnya sarat dengan gelombang pencarian identitas diri kaum muda pada masa itu. Tiga ciri utama yang menonjol dari fenomena ini adalah, (1) *Resentment*, penolakan terhadap nilai/ norma yang dianggap kaku, otoriter, dan dekaden; (2) *Reaction*, berupa reaksi terhadap segala bentuk kesewenangan dan kemapanan; (3) *Rebelliousness*, berupa aksi pembentakan (Sunarya, t.t : 75). Melalui fenomena ini, kaum muda yang umumnya berasal dari kelas menengah, mencoba menentukan aturan dan nilai-nilai sendiri yang mereka anggap benar. Fenomena ini tentu saja mengalami gesekan dengan nilai-nilai yang dianut oleh generasi sebelumnya ditambah lagi dengan gencarnya budaya massa dan konsumerisme yang menyertainya, maka fenomena *youthquake* semakin mendapatkan momentum untuk berkembang luas di kalangan generasi muda. Latar belakang sosial yang dipaparkan di atas merupakan warna tersendiri yang khas dan dianggap sebagai hal yang melatar belakangi munculnya *Pop Art*.

*Popular Art* atau sering disingkat menjadi *Pop Art* adalah sebuah gerakan seni yang kehadirannya banyak dipengaruhi oleh gejala-gejala budaya populer yang terjadi di masyarakat. *Pop Art* memandang budaya populer yang bersifat

komersial sebagai materi mentah yang dapat dijadikan sumber ide dalam penciptaan karya seni. Berangkat dari pandangan ini, maka karya-karya *Pop Art* banyak mengangkat ikon-ikon yang kerap muncul di media massa atau masyarakat, seperti komik, iklan, selebriti, dan sebagainya. Berbagai ikon yang ada tersebut kemudian diolah dan divisualkan di dalam kanvas ataupun seni grafis (Susanto, 2002 : 89). Karya-karya seni pada era *Pop Art* umumnya berusaha mengangkat berbagai tema dalam kehidupan sehari-hari yang seringkali diabaikan atau terlupakan begitu saja (Iswidayati, 2008). Tema-tema yang terkesan remeh tersebut kemudian diolah secara visual sehingga mewujud dalam bentuk baru yang seringkali tampil secara nakal dan mengejutkan. Melalui *Pop Art*, para seniman ataupun desainer mencoba melakukan semacam eksperimen melalui tampilan bentuk yang terkesan tidak serius, dangkal, dan penuh dengan main-main. Dalam konsep *Pop Art*, kaidah seni dan keindahan yang lazim seakan-akan dijungkirbalikkan. Lebih jauh mereka menyatakan, bahwa nilai keindahan yang manusiawi sejatinya terletak pada berbagai bentuk budaya yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti : iklan, televisi, musik pop, komik, dan sebagainya. Seni pop yang seringkali dikategorikan sebagai bagian dari budaya rendah, selera kampungan, main-main, dangkal, dan sekedar hiburan belaka ini, dicerap dan direpresentasikan dalam bentuk karya yang serius.

Pada titik ini, *Pop Art* menawarkan kebebasan terhadap kemungkinan-kemungkinan baru dan perpaduan gaya yang tidak lazim dalam dunia seni rupa. Keberanian *Pop Art* membongkar konsep seni dan keindahan yang telah mapan ini tidaklah mengherankan karena, pada hakekatnya karya-karya *Pop Art* merupakan suatu bentuk pembangkangan dan kritik terhadap budaya modern dan kemapanan. Dalam kacamata *Pop Art*, modernisme dianggap tidak sepenuhnya berhasil menjawab persoalan sosial maupun budaya.

Dilihat dari bahasa rupa yang diusungnya, karya seni *Pop Art* sedikit banyak dipengaruhi oleh perlawanan estetika kaum Dadaisme, Sure-

alisme, dan Seni *Optic (Optical Art)*, hal ini diantaranya bisa diamati pada tampilan warna dan garis. Pop Art memang tidak menawarkan gaya tunggal yang dominan, namun ciri inovasi kreatif yang cukup khas pada era *Pop Art* ini terletak pada semangat kebebasan, kesegeraan (*instant*), dan *pake buang (expendable)*.

Ada banyak seniman yang namanya patut dicatat dalam perkembangan aliran *Pop Art*, namun terdapat dua tokoh yang namanya sering diidentikkan dengan aliran *Pop Art*. Dua tokoh yang dimaksud adalah, Andy Warhol dan Roy Lichtenstein. Sebagian kalangan bahkan menganggap kedua tokoh tersebut sebagai perintis aliran *Pop Art* (Sunarya, t. t : 76). Kedua seniman Amerika tersebut kiranya perlu mendapat catatan khusus ketika kita membicarakan perkembangan aliran *Pop Art*, karena keduanya menginspirasi lahirnya basis intelektual dari budaya Pop di belahan Eropa, khususnya Inggris. Ini menjadi menarik, karena meskipun budaya pop berakar di Amerika, namun basis intelektual dari budaya ini justru berkembang di Inggris. Di negara ini, pengaruh dari budaya massa yang mencuat di Amerika, memunculkan sebuah kelompok yang beranggotakan para seniman dan kritikus muda yang kemudian dikenal dengan nama *The Independent Group (IG)*. Beberapa nama yang tercatat menjadi anggota kelompok ini antara lain, Eduardo Palozzi, Peter & Alison Smithson, Ian Henderson, Reyner Banham, John McHale, Lawrence Alloway, dan Richard Hamilton. Kelompok yang muncul sekitar tahun 1950-an ini pada intinya mempunyai pandangan bahwasanya telah terkonstruksi semacam kesenjangan antara selera “budaya elit kelas atas” dengan budaya pop yang hidup dan berkembang di tengah-tengah masyarakat kebanyakan, dan melalui kelompoknya mereka mereka mencoba menawarkan kemungkinan-kemungkinan baru sekaligus menjadi budaya alternatif terhadap keadaan yang terjadi saat itu.

Dalam perkembangannya *Pop Art* secara cepat merebak sebagai suatu gejala sosial yang meluas ke seluruh daratan Eropa dan Amerika

Serikat. Pertautannya yang erat dengan kehidupan masyarakat konsumen membuat *Pop Art* memiliki jangkauan publik yang cukup masif. Gerakannya yang keras, seolah-olah mewakili ciri pemberontakan dan kemarahan kaum muda terhadap segala aturan dan nilai-nilai yang dimampakan oleh generasi sebelumnya. Gerakan *Pop Art* mewabah ke semua cabang seni rupa termasuk desain, bahkan dalam beberapa aspeknya merasuk pula dalam kehidupan sehari-hari.

Serupa dengan perkembangannya yang demikian cepat, *Pop Art* tampaknya mengalami masa surut yang juga relatif cepat dalam beberapa tahun berikutnya. Hal ini salah satunya disebabkan karena gerakan ini memang merupakan spontanitas reaksi terhadap situasi yang berkembang pada saat itu. Disamping itu, hal lain yang menyebabkan *Pop Art* kehilangan daya pikatnya adalah semakin kuatnya kepentingan ekonomi dari kalangan industri. Keunikan *Pop Art* dan pengaruhnya yang meluas terutama di kalangan kaum muda, pada gilirannya justru dimanfaatkan oleh kalangan industri untuk dijadikan sumber pematik bagi produk-produk kaum muda. *Pop Art* menjadi tidak lebih dari sekedar komoditas sehingga kemudian dianggap bukan lagi sebagai suatu bentuk kritik seperti pada masa-masa awal kelahirannya.

### **Penerapan Gaya *Pop Art* Pada Karya Desain Grafis Di Indonesia**

Walaupun momentum kejayaan *Pop Art* terjadi pada dekade 60-an silam, namun kehadiran gaya *Pop Art* seperti yang biasa kita lihat di dalam karya-karya Andy Warhol dan Roy Lichtenstein masih bisa kita nikmati salah satunya lewat karya-karya desain grafis yang ada di sekitar kita. Di Indonesia sendiri, karya desain grafis yang mengusung gaya *Pop Art* telah merebak pada sekitar tahun 70-an. Pada saat itu, Majalah Musik Aktual, salah satu majalah musik yang sangat populer di kalangan generasi muda menyerap gaya Pop ke dalam berbagai bentuk ilustrasi, poster, dan desain halaman/ rubrik yang ada di dalam majalah tersebut (Sachari & Sunarya,

2002 : 118). Catatan kecil di atas kiranya sedikit banyak dapat menunjukkan ketertarikan para desainer grafis yang ada di Indonesia terhadap gaya *Pop Art* telah berlangsung cukup lama. Lantas, bagaimana dengan penerapan gaya *Pop Art* pada karya desain grafis di Indonesia saat ini ?

Untuk meninjau lebih jauh tentang penerapan gaya *Pop Art* pada karya desain grafis yang ada di Indonesia saat ini, maka penulis akan mengangkat dua buah karya desain grafis untuk dijadikan sebagai contoh kasus.



Gambar 1. Cover buku Politik dan Gender karya Indie Guerillas

Karya yang pertama adalah sebuah Cover Buku yang dirancang oleh Indie Guerillas, sebuah biro desain asal Yogyakarta yang namanya belakangan semakin mencuat dalam percaturan desain grafis di Indonesia. Sementara karya yang kedua adalah desain Cover Majalah *Concept*, sebuah majalah yang khusus mengulas tentang desain grafis. Majalah *Concept* adalah majalah desain grafis di Indonesia yang di garap secara profesional dan hingga saat ini masih terbit secara berkala. Kedua karya desain grafis ini kiranya cukup menarik untuk diangkat sebagai contoh kasus karena dalam rancangannya gaya *Pop Art* begitu kuat kehadirannya. Disamping itu, kedua karya ini merupakan hasil rancangan dari para desainer yang posisinya cukup diperhitungkan



Gambar 2. Cover majalah *Concept*

dalam perkembangan desain grafis di tanah air.

Jika mencermati kedua karya desain grafis yang ditampilkan di sini, maka nuansa *Pop Art* akan segera terasa begitu kita melihat kedua karya ini. Penggunaan ilustrasi dengan gaya komikal khas komik klasik Amerika begitu kuat menyentak pandangan ketika kita melihat desain cover ini. Terlebih pada karya Cover Buku Politik dan Gender karya Indie Guerillas. Karya ini tampak begitu kuat menyita perhatian karena penggambaran obyek secara *Close Up* serta penggunaan warna-warna primer yang mencolok mata. Kesan komikal semakin kental terasa dengan munculnya balon kata, sebuah elemen wajib dalam visualisasi sebuah komik. Sementara itu, karya lainnya yaitu, Cover Majalah *Concept* berusaha menarik pandangan audiensnya melalui gaya komikal dengan obyek yang provokatif (baca *sexy*) namun warna yang digunakan tidak sekuat warna-warna yang ada pada Cover Buku Politik dan Gender.

Dalam kedua karya desain tersebut unsur visual dalam hal ini penggambaran komik bisa dikatakan sangat dominan dibanding elemen-elemen lainnya. Sementara teks yang memuat judul buku atau nama majalah ditampilkan secara sederhana. Dalam karya desain Cover Buku Politik

dan Gender disamping judul buku dan sub judul tidak ada teks atau elemen desain lainnya yang mengganggu tampilan visualisasi komik dalam desain tersebut. Begitu pula dalam karya desain Cover Majalah *Concept*, selain nama majalah dan sedikit teks berukuran kecil yang memuat keterangan edisi dan *bar code*, tidak ada teks lain yang ditampilkan. Padahal sebuah cover majalah lazimnya menampilkan pula topik-topik utama yang dimuat di dalamnya. Berdasarkan pengamatan tersebut, maka dalam kedua karya desain ini kita dapat melihat adanya kecenderungan untuk menggunakan visualisasi komik sebagai titik sentral/ fokus dalam rancangan secara keseluruhan. Para desainer grafis yang merancang karya ini tampaknya memang ingin menonjolkan visualisasi bergaya komikal ini dalam rancangannya. Perancang seolah-olah tidak ingin mengganggu fokus rancangannya ini dengan elemen-elemen desain yang dirasa tidak perlu atau tidak terlalu penting. Dengan pendekatan kreatif semacam ini, desain yang dihasilkan menjadi semakin kuat karakternya.

Penggunaan bahasa rupa yang diolah dari produk-produk budaya massa seperti misalnya komik, merupakan salah satu ciri yang menonjol dalam karya-karya *Pop Art*. Seperti telah kita ketahui bersama, eksplorasi terhadap visualisasi komik merupakan salah satu pendekatan yang jamak kita jumpai pada karya-karya *Pop Art*. Hal ini tampaknya dapat kita jumpai pula dalam kedua karya desain grafis yang ditampilkan di sini. Para desainer yang merancang kedua karya desain grafis ini sama-sama mengusung gaya yang lazim digunakan oleh para seniman *Pop Art* di Amerika pada dekade 60-an ini, sebagai *point of interest* (daya tarik utama) dalam rancangannya.

Dalam desain grafis *gaya/ style* merupakan salah satu aspek penting dalam sebuah rancangan (Oldach, 1995 : 106). Penggunaan gaya tertentu kerap kali digunakan oleh para desainer grafis sebagai salah satu senjata utama untuk merebut perhatian target *audience/* khalayak sasaran. Dalam kasus desain cover buku dan majalah yang dipilih di sini, tampaknya gaya *Pop*

*Art* dipilih karena relevansinya dengan tema dari buku dan majalah tersebut atau daya tarik dan keunikan dari gaya *Pop Art* itu sendiri atau kombinasi dari keduanya.

Penggunaan gaya *Pop Art* berupa visualisasi komik pada karya desain grafis yang ditampilkan di sini tentunya berbeda semangatnya dengan gaya komikal yang terdapat dalam karya seni pada era *Pop Art* yang sarat dengan ide-ide pemberontakan di balik penciptaan kar-yanya. Dalam kaca mata desain grafis, gaya *Pop Art* yang ada pada kedua karya desain grafis ini merupakan upaya dari sang desainer untuk dapat mengkomunikasikan ide/ konsep desain secara efektif melalui bahasa visual yang menarik. Selanjutnya dengan pendekatan ini diharapkan audiens akan tertarik untuk membaca isi tulisan yang ada di dalam buku atau majalah tersebut. Sudah barang tentu harapan selanjutnya adalah agar audiens tertarik untuk melakukan pembelian.

Walaupun hadirnya gaya *Pop Art* pada karya desain grafis memiliki semangat dan konteks yang berbeda dengan karya seni *Pop Art* pada masa keemasan *Pop Art*, namun satu hal yang kiranya cukup menarik untuk dicermati di sini adalah kuatnya karakter dari gaya *Pop Art* itu sendiri, sehingga sampai saat ini di bidang desain grafis, gaya *Pop Art* masih menjadi inspirasi kreatif bagi para desainer grafis di Indonesia.

## PENUTUP

Walaupun gaya *Pop Art* telah cukup lama kehadirannya di blantika seni rupa, namun hingga saat ini gaya *Pop Art* masih menjadi salah satu sumber inspirasi yang menarik bagi para desainer grafis di Indonesia. Hal ini dapat kita lihat pada karya desain grafis yang diangkat sebagai contoh kasus dalam tulisan ini. Dalam kedua karya tersebut nampak jelas bagaimana gaya *Pop Art* dengan karakteristiknya yang unik, digunakan sebagai daya tarik utama dalam rancangannya.

Satu hal yang kiranya patut menjadi catatan di sini adalah kurang munculnya idiom-idi-

om visual yang bersifat lokal dalam kedua karya desain grafis tersebut. Nuansa barat tampak sangat kental pada kedua karya tersebut. Tentu tidak ada yang salah dengan hal ini, namun seandainya sang desainer lebih berani memasukkan tema- tema lokal di dalam karyanya maka bukan tidak mungkin akan muncul gaya *Pop Art* dengan nuansa Indonesia yang lebih menarik. Di sinilah perlu kiranya dikembangkan pendekatan-pendekatan baru yang lebih kreatif dalam mengolah gaya *Pop Art*. Ini tentunya bisa menjadi tantangan yang menarik bagi para desainer grafis di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Iswidayati, Sri. 2008. *Gaya Modern pada Pertengahan Abad XX. Materi Kuliah Kajian Seni Rupa dan Desain*. Semarang : Tidak dipublikasikan.
- Oldach, Mark. 1995. *Creativity for Graphic Designer*. Ohio : North Light Books.
- Sachari, Agus dan Yan Yan Sunarya. 2002. *Sejarah dan Perkembangan Desain & Dunia Kesenirupaan di Indonesia*. Bandung : Penerbit ITB.
- Sunarya, Yan Yan. t. t. *Sejarah Seni Rupa dan Desain Modern. Catatan Kuliah*. Bandung : Penerbit ITB.
- Susanto, Mikke. 2002. *Diksi Rupa*. Yogyakarta : Kanisius.