

KEBERADAAN GAPURA PERAHU ISI SURAKARTA

1. Surya Afandy¹
2. Dharsono Sony Kartika²

INTISARI

Penelitian ini berjudul **KEBERADAAN GAPURA PERAHU ISI SURAKARTA**. Latar belakang pemakaian ikon gapura Perahu ISI Surakarta dan bentuk media promosi ISI Surakarta yang terdapat ikon gapura perahu ISI Surakarta didalamnya. Permasalahan penelitian ini terletak pada keberadaan gapura perahu ISI Surakarta, serta latar belakang pemakaian ikon gapura Perahu ISI Surakarta.

Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif. Sumber data penelitian diperoleh dari karya, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumen (arsip). Proses analisis data menggunakan interaksi analisis data melalui beberapa tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi, sajian data, serta kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh simpulan keberadaan gapura Perahu ISI Surakarta sebuah karya dari seorang seniman yang secara tidak langsung mempengaruhi dinamika kehidupan masyarakat dan orang-orang kreatif yang bekerja di ISI Surakarta juga memanfaatkan ikon gapura perahu ISI Surakarta menjadi identitas ISI Surakarta. Pemilihan ikon gapura perahu ISI Surakarta sebagai inspirasi untuk media promosi ISI Surakarta dikarenakan gapura tersebut selain memiliki bentuk yang artistik, lebih familiar di mata masyarakat, juga memiliki konsep filosofis yang dapat mewakili ISI Surakarta secara keseluruhan.

Kata Kunci: Gapura perahu ISI Surakarta, dan Ikon

¹Mahasiswa Pascasarjana ISI Surakarta Program Studi Penciptaan dan pengkajian Seni (Kajian Seni Rupa) tahun 2012.

²Pembimbing tesis, guru besar ISI Surakarta.

ABSTRACT

The title of the thesis is EXISTENCE OF THE ARCHING BOAT OF ISI SURAKARTA. Background discharging an icon gate a boat of ISI Surakarta and the form of media promotion in ISI surakarta that was found an icon gate a boat of ISI surakarta in it. The problems of this research situated upon the existence of the gate a boat of ISI Surakarta, the background discharging an icon gate a boat of ISI Surakarta and the form of media promotion ISI Surakarta that was found an icon gate a boat of ISI Surakarta in it.

A method of the research uses a method of the qualitative research. Source research data obtained from work, observation, interview and documentation. Data was gathered through observation, interview, and documents (archive). The process of the data analysis using data analysis interaction through several phases, namely data collection, reduction, offering data, as well as the conclusions.

Based on the research, conclusions obtained the existence of the gate of a boat of ISI Surakarta a work of an artist who's not directly affecting the dynamics of community life and creative people who work in the ISI Surakarta also using the icon of the gate of a boat of ISI Surakarta to the identity of ISI Surakarta, this proved often by the emergence of the icon of the gate of a boat in all of media ISI Surakarta. The selection of an icon gate a boat of ISI Surakarta as an inspiration for the media promotion because ISI Surakarta's gate, besides having the form of artistic, more familiar in the citizens, also have the concept of philosophical that can be represented ISI Surakarta as a whole.

Key words: arching boat of ISI Surakarta, icon, semiotics

PENDAHULUAN

A. Ide Munculnya Pembuatan Gapura Perahu ISI Surakarta

Pembuatan gapura ISI Surakarta, pada awalnya juga melalui proses pembentukan ide, konsep hingga direalisasikan dengan karya cipta. Hal ini seperti yang dikatakan oleh penggagas gapura ISI Surakarta berikut ini, Rahayu Supanggah (65 tahun) mengatakan:

“... kalau orang Jawa, gapura itu selain pintu gerbang buat masuk sebenarnya juga identitas, sebenarnya banyak orang Jawa yang nggak paham bahwa dengan hanya melihat pagar dan gapura yang membatasi bangunan dapat membaca siapa sih yang menghuni dalam lingkungan yang dibatasi oleh gerbang itu, tapi sebenarnya kalau orang Jawa itu dari pagar itu orang bisa melihat *nek pagere pating jlangkreh* atau nggak rapi itu *wooo wonge yo pating celulungan* gitu, jadi bagi kami, waktu saya menjabat sebagai Ketua STSI Surakarta, gapura bukan sekedar hiasan tapi itulah filosofi daripada kampus ISI Surakarta dan juga pendidikan kesenian, gapura itu sendiri adalah visi misi dari kampus ini sendiri, filsafat atau paradigma dari pendidikan kesenian di ISI sendiri ...”
(wawancara 6 Juni 2014)

Pernyataan Rahayu Supanggah, gapura selain memiliki fungsi sebagai pintu gerbang juga sebagai identitas. Identitas dalam hal ini menurut Rahayu Supanggah adalah pencerminan dari penghuni yang ada di dalam bangunan induk suatu gapura dan pagar tersebut. Beliau juga menjelaskan jika masih banyak orang Jawa yang belum paham akan pencerminan penghuni bangunan utama dengan melihat pagar dan gapurnya, demikian juga

dengan gapura perahu ISI Surakarta tidak hanya sekedar hiasan bangunan namun memiliki nilai filosofis dari ISI Surakarta.

Rahayu Supanggah mengatakan gapura ISI Surakarta juga sebagai identitas. Identitas menunjukkan kepada khalayak ramai tentang ciri khas, kepribadian, kejayaan, kepercayaan serta kualitas produk atau jasa (Suptandar, 1999:153). Maksud dari penjelasan di atas adalah gapura ISI Surakarta merupakan cerminan dari ciri khas, kepribadian, serta kualitas, yang ditunjukkan kepada masyarakat.

Ide memunculkan gapura perahu ISI Surakarta sebagai cerminan identitas dari kampus ISI Surakarta. Pencetus ide menginginkan gapura tersebut dapat memberikan pesan dan kesan mengenai identitas ISI Surakarta. Image gapura perahu ISI Surakarta memunculkan pesan dan kesan yang dapat diterima atau bahkan dapat diacuhkan oleh masyarakat.



Gambar 1: Foto gapura perahu ISI Surakarta
(Sumber: Foto & Repro: Afan,2014)

B. Konsep Gapura Perahu ISI Surakarta

Untuk pembuatan gapura perahu ISI Surakarta ini sendiri juga melalui tahap penemuan ide, berlanjut ke konsep yang tentunya disertai dengan kreativitas seniman pembuatnya atau konseptor. Konsep menurut bahasa merupakan rancangan. Hal ini tercantum dalam wawancara peneliti dengan seniman konseptor gapura perahu ISI Surakarta Rahayu Supanggah mengatakan:

“... gapura bukan sekedar hiasan tapi itulah filosofi daripada kampus ISI Surakarta dan juga pendidikan kesenian, gapura itu sendiri adalah visi misi dari kampus ini sendiri, filsafat atau paradigma dari pendidikan kesenian di ISI sendiri, saya seorang seniman dan saya membaca beberapa seniman-seniman yang hebat di manapun di dunia untuk menjadi seorang seniman yang penting adalah pengembaraan, pengembaraan itu penting sekali dan ilmu atau pengetahuan itu justru didapat bukan semata-mata dari kampus, tapi dari pengembaraan itu sendiri, dengan kata lain ilmu pengetahuan didapat melalui pengalaman-pengalaman yang telah dilakukan, dengan pengalaman mengadakan kerjasama dengan orang-orang sana, melihat kemudian terkena masalah di sana termasuk masalah itu adalah pembelajaran, bagaimana caranya mengatasi masalah itu di masyarakat, jadi guru yang paling bagus adalah di lapangan dalam hal ini pengembaraan, maka simbolnya adalah perahu, di Indonesia pun ikon dari Indonesia juga perahu seperti pinisi, kemudian ada dewa ruci dan sebagainya itu, dan saya juga memilih filosofi pendidikan di ISI ini juga Dewa Ruci³ ...” (wawancara 6 Juni 2014)

Pernyataan Rahayu Supanggah, konsep pembuatan gapura perahu ISI Surakarta sendiri adalah berawal dari visi dan misi kampus ISI Surakarta,

³ Dewa Ruci disini merupakan cerita pewayangan

Rahayu Supanggah melihat untuk menjadi seorang seniman hebat yang terpenting adalah pengembaraan. Dari pengembaraan inilah akan didapat ilmu, jadi bukan semata-mata hanya dari bidang akademik saja melainkan juga diperlukan pengalaman-pengalaman di tengah masyarakat. Dengan pengalaman melakukan kerjasama dengan orang atau pihak lain pastinya akan didapat suatu masalah, dari bagaimana kita mengatasi masalah tersebutlah ilmu didapat. Rahayu Supanggah juga mengatakan guru yang paling bagus adalah pengalaman dalam hal ini adalah pengembaraan. Dari pengembaraan tersebut Rahayu Supanggah memilih perahu Dewa Ruci sebagai acuan konsepnya, alasan Rahayu Supanggah memilih perahu Dewa Ruci sebagai acuan konsepnya ada pada kutipan wawancara berikut ini, beliau mengatakan:

“... Dewa Ruci itu cerita wayang ajaran spiritual dari Werkudara dan itu ketika dia sekolah atau menuntut ilmu, dia menuntut ilmunya kan kepada Durna, Durna itu ada di pihak musuhnya dan saudara-saudaranya juga khawatir ketika dia berguru pada Durna “kamu akan dicelakakan” dan memang benar karena Durna dimanfaatkan oleh Kurawa supaya menipu Bima atau Werkudara untuk dibunuh dengan cara yang halus misalnya “kamu harus ke hutan sana, di sana ada pohon dan kamu *semedi* disana” tapi di hutan itu adalah hutan yang keramat dan berbahaya, akhirnya benar ketika di sana dia bertemu dua raksasa yang artinya akan membunuh Bima, tapi dia bisa mengalahkan kedua raksasa itu, dan ternyata kedua raksasa itu adalah dewa dan dia justru memberi pelajaran tentang hidup kepada Bima, juga kata Durna menyuruh Bima untuk masuk ke sumur *upas* kemudian juga harus masuk ke samudera kalau samudera kan sudah terakhir ya itu kan... tapi di situlah dia ketemu Tuhan “Guru sejatinya”, Berarti pengembaraan itu yang penting, maka perahu itu ya, mungkin

detailnya ngga keliatan dan gambar itu pelaksanaannya salah ya, jadi yang melakukan setelah saya lengser jadi hanya gambar dan itu tidak detail, itu yang dilaksanakan ...” (wawancara 6 Juni 2014)

Pernyataan Rahayu Supanggah menjelaskan Dewa Ruci adalah cerita wayang, ajaran spiritual tokoh pewayangan Werkudhara ketika menuntut ilmu kepada Durna merupakan pihak musuh dari Werkudhara, saudara-saudara Werkudhara (Pandhawa) khawatir jika Werkudhara berguru pada Durna nanti akan celaka. Memang benar kekhawatiran Pandhawa, Durna dimanfaatkan oleh Kurawa (musuh Pandhawa) untuk membunuh Werkudhara secara halus. Dengan dalih mengajarkan ilmu kepada Werkudhara, Durna berkali-kali mencoba mencelakai Werkudhara namun selalu gagal hingga akhirnya Werkudhara menemukan sang guru sejati pada saat Durna menyuruhnya masuk ke dalam samudera.

Dari penggalan cerita Dewa Ruci tersebut didapat benang merah, Rahayu Supanggah menekankan dengan konsep Dewa Ruci pada gapura perahu ISI Surakarta bahwa dengan banyak pengembaraan dalam hal ini terjun langsung di masyarakat kita akan mendapatkan lebih banyak ilmu pengetahuan selain yang didapat dari akademik.

C. Makna Gapura Perahu ISI Surakarta

Seniman membuat suatu karya, selain memiliki konsep sudah tentu karya tersebut memiliki makna. Makna di sini bisa penggambaran maksud dari si seniman atau bisa juga pengartian karya dari pengkaji seni dengan menggunakan pandangan teori tertentu. Makna atau isi sebenarnya memiliki

pengertian bentuk psikis dari seorang penghayat yang baik. Perbedaan bentuk dan isi hanya terletak pada diri penghayat. Bentuk hanya cukup dihayati secara indrawi tetapi isi dihayati dengan mata batin seorang penghayat secara *kotemplasi* (Dharsono, 2004:30).

Maksud dari pengertian di atas makna merupakan bentukan dari pemikiran yang baik seorang seniman. Sebagai pembeda antara bentuk dan makna adalah dari diri senimannya sendiri, bentuk cukup dihayati melalui indera manusia sedangkan makna selain dengan indera manusia juga diperlukan mata batin seorang seniman di dalam diri seniman tersebut memiliki dasar untuk menciptakan sesuatu yang indah.

Pada gapura perahu ISI Surakarta tentunya juga memiliki makna. Untuk mengetahui makna tersebut peneliti telah melakukan wawancara dengan pencetus ide atau konseptor gapura perahu ISI Surakarta. Berikut kutipan wawancaranya, Rahayu Supanggah mengatakan:

“... semestinya perahu itu bentuknya itu ujungnya itu pena, Dan yang ujung sebelahnya itu buah manggis, kenapa pena? Karena akademis, dan pena itu simbol menulis dan sebagainya, pujangga juga memakai pena, karena nanti ujung-ujungnya lulusan ISI itu harus seperti pujangga, Pujangga itu bukan hanya menulis ya sebenarnya seniman itu pujangga dan hampir semua pujangga itu seniman, Eeeee Socrates apa siapa itu, semuanya seniman ...” (wawancara 6 Juni 2014)

Pernyataan Rahayu Supanggah, sebenarnya bentuk gapura perahu ISI Surakarta berbeda dengan konsep yang beliau buat, menurutnya konsep awal gapura tersebut adalah perahu yang memiliki ujung pena dan manggis.

Pena dapat dimaknai sebagai akademis, dan pena sendiri adalah simbol dari menulis, dengan maksud lulusan ISI Surakarta nantinya harus bisa menulis atau berkarya.

“... nah buahnya itu manggis, anda tahu manggis itu hitam dan ngga menarik tapi didalamnya putih mungkin di penampilannya bisa jelek tapi hatinya bagus dan juga selalu jujur ketika kelopaknya ini enam isi buahnya juga enam, jadi engga pernah bohong.. dan ini simbol dari Wisnu sebenarnya, dan di bawah perahu ini roda memang, jadi pengembaraan tapi tetep ada roda, aneh kan, perahu jalan menerjang ombak tapi dalam imajinasinya ada roda dan ada rel, jadi tetep terarah pada tujuan tertentu untuk manusia.. apa namanya ke masyarakat itu yang penting, jadi walaupun mengembara tetap ada tujuan *mugi kasampurnan* kehidupan ...” (wawancara 6 Juni 2014).

Menurut Rahayu Supanggah, manggis dapat dimaknai kebaikan dan kejujuran, karena meskipun memiliki kulit yang kurang menarik namun isi buahnya berwarna putih bersih, dan jumlah kelopaknya juga sama dengan jumlah isi buahnya. Menurut pria yang juga seorang budayawan Jawa ini, buah manggis juga titisan Dewa Wisnu. Perahu sendiri sebagai gambaran dari pengembaraan, namun pengembaraan yang terarah pada tujuan *mugi kasampurnan* kehidupan karena di bawah bentuk perahu terdapat roda.

“... dan ini semua rodanya berbentuk bunga semua, Cuma bunga yang baunya harum, karena ini akan mewangikan kita, mewangikan ISI, mewangikan Indonesia, mewangikan dunia, perjuangan kita itu bertujuan mewangikan siapapun dan ini teratai di sini berasal dari agama Budha dan justru ini harusnya ada ornamen-ornamen di penyangganya, ornamen disini seperti batik, apa-apa dan sebagainya itu seperti mewakili kesenian-

kesenian Indonesia, sedangkan penompangnya seperti ini ya *gayor* gong, itu kan ada gambar naga kan, nah itu juga dibuat juga pintu gerbang kota ya, tapi naga itu adalah simbol keperkasaan simbol kesetiaan banyak simbol yang mengenai naga, jadi maka itu tidak terlalu penting keperkasaan itu tidak terlalu penting, tapi gong di masyarakat Jawa, masyarakat Indonesia itu penting dan juga gong itu yang memutuskan semuanya, itu dalam gamelan Jawa gong itu paling mahal, mahal harganya dan juga nilainya dan nama gamelan itu dinamakan sesuai dengan nama gongnya itu seperti *kyai* apa gitu ya, itu yang menentukan walaupun tempatnya dibelakang, orang yang penting biasanya tidak Nampak ..." (wawancara 6 Juni 2014)

Semua roda tersebut berbentuk bunga yang harum, masih menurut pria yang juga guru besar ISI Surakarta ini maksud dari roda dengan bentuk bunga yang harum ini adalah pengembaraan yang terarah tadi bertujuan mewangikan siapapun. Pada penyangga perahu tersebut, menurut pria yang pernah menjadi ketua STSI Surakarta ini berbentuk *gayor* gong, dimana gong tersebut melambangkan sesuatu yang dianggap penting dan sangat berharga, namun yang disayangkan ornamen-ornamen batik yang mewakili sebagai budaya Indonesia, tidak terlalu tampak.

Meskipun terdapat perbedaan antara konsep awal dan hasil bangunan gapura perahu ISI Surakarta ini dapat ditarik benang merah bahwa makna dari gapura tersebut mencerminkan ISI Surakarta sebagai fasilitator untuk mencetak seniman-seniman yang diharapkan terus berkarya dalam masyarakat, bermanfaat bagi masyarakat didasari niat baik dan kejujuran yang nantinya dapat mengharumkan nama bangsa dengan mengangkat budaya Indonesia sebagai peninggalan nenek moyang yang berharga.

D. Keberadaan Gapura Perahu ISI Surakarta Sebagai Ikon Identitas ISI Surakarta

Gapura perahu ISI Surakarta memiliki ukuran besar dan dibangun di jalan yang strategis. Jalan strategis dalam hal ini mempunyai arti banyak dilalui masyarakat, terutama kalangan mahasiswa. Selain itu, gapura perahu memiliki bentuk unik dan berbeda dari bangunan gapura atau pintu masuk kampus lainnya.

Menurut Pierce, ikon adalah tanda yang memiliki kemiripan (similaritas) dengan obyeknya (Budiman, 2011:71). Ikon merupakan tanda yang mirip dengan objek yang diwakilinya. Dapat pula dikatakan, tanda yang memiliki ciri-ciri sama dengan apa yang dimaksudkan.

Misalnya, *passfoto* anda merupakan ikon anda sendiri, kemudian logo stasiun swasta yang menyerupai matahari sebagai ikon dari matahari yang telah disederhanakan. Untuk visual gapura perahu ISI Surakarta yang sering muncul pada media promonya juga merupakan ikon gapura itu sendiri.

Pada umumnya ikon biasa dipahami sebagai potret, sesuai dengan asal katanya dari bahasa Yunani, *icon* yang berarti citra atau potret. Akan tetapi Pierce membuat batasan tentang ikon atau tanda ikonis secara berbeda dan lebih variatif. Pierce mencirikan ikon sebagai suatu tanda yang menggantikan (*stands for*) sesuatu semata-mata karena kemiripan, atau sebagai suatu tanda yang kualitasnya mencerminkan objeknya (Budiman, 2011:82).

Ikon merupakan perwakilan dari ciri fisik (2 atau 3 dimensional) bentuk tersebut menyerupai dengan apa yang direpresentasikannya. Ikon tidak memerlukan kesepakatan (konvensi) dalam memaknainya, ikon bukan hanya berupa gambar yang disederhanakan namun setiap gambar yang mewakili obyek yang direpresentasikan.

Sebelum mengetahui keberadaan gapura perahu ISI Surakarta sebagai ikon identitas ISI Surakarta. Pertama peneliti akan menyampaikan keberadaan gapura perahu ISI Surakarta dengan beberapa wawancara berikut ini, Chandra (36 tahun) mengatakan:

“.... kalau buat warga sekitar gapura perahu bisa dipakai sebagai penanda atau *ancer-ancer* masuk kampung kentingan atau ngasinan, karena orang lebih familier dengan gapura perahu, dulu paling kampus STSI ngono tok mas, yen enek gapurane kan lebih jelas araha neng endi, nek biyen ngga ono paling kampus STSI, kampus kan luas mas ...” (Wawancara 26 Juni 2014)

Ungkapan tersebut memiliki gambaran bahwa gapura perahu bisa digunakan sebagai penanda untuk masuk ke lokasi perkampungan yang ada di sekitar ISI Surakarta. Dengan adanya gapura tersebut masyarakat dengan mudah mengenali daerah ISI Surakarta. Sebelum gapura perahu berdiri, dahulu hanya kampus STSI Surakarta sebagai penanda untuk masuk ke lokasi perkampungan tersebut. Akan tetapi, kampus STSI Surakarta tersebut cukup luas sehingga belum cukup digunakan sebagai penanda lokasi.

Lain halnya pernyataan warga lainnya yang juga tinggal di sekitar lingkungan ISI Surakarta. Pria yang berprofesi sebagai pegawai salah satu

bank swasta di Surakarta ini menjelaskan dengan pandangan lain mengenai ikon gapura tersebut. Hal ini diperkuat dengan wawancara berikut ini, Jatmiko (27 tahun) mengatakan:

“... Menurutku lho mas, gapura perahu itu sendiri menambah nilai estetika sebuah bangunan yang ada di dalamnya, jadi gapura tersebut dapat mempercantik bangunan-bangunan yang ada di dalam ISI Surakarta meskipun yang tak rasakan gapura itu bukan punya ISI soalnya yang lewat dibawahnya kan bukan jalan kampus mas, malah jalan umum, jadi bisa dibilang privatisasi kampus nya kurang ...” (Wawancara 16 Juni 2014)

Menurut pria yang tinggal di sekitar ISI Surakarta kurang lebih selama lima tahun menjelaskan, bahwa gapura perahu menambah nilai keindahan bangunan-bangunan yang berada di dalam gapura tersebut. Akan tetapi, menurut pria asal Blora ini merasa bahwa gapura perahu bukan semata-mata milik ISI Surakarta melainkan juga milik warga sekitar. Hal ini disebabkan karena jalan yang melalui gapura tersebut bukan jalan kampus melainkan jalan umum, sehingga mengakibatkan privatisasi kampus menjadi berkurang. Maksud dari privatisasi di sini adalah proses, cara supaya menjadi milik perorangan atau golongan dalam hal ini adalah milik ISI Surakarta.

Selain itu terdapat juga pendapat yang berbeda dari sebelumnya. Peneliti selain mewawancarai warga sekitar juga mewawancarai orang-orang yang bekerja di lingkungan ISI Surakarta. Hal ini dapat dilihat dari kutipan wawancara berikut, menurut Budi Prasetyo (45 tahun) mengatakan:

“... Kalau saya lebih ke *public space* ya solo kan *public space* nya sedikit di UNS saja ngga ada tapi itu juga perkembangan dari adanya gapura ya perkembangan gapura perahu, kemudian ada panggung terbuka akhirnya menjadi *public space* itu menurut saya menguntungkan, kalau di gapura-gapura lain kan satu tidak menjadi *public space* dimana wilayah sosial yang akan akan menjadi menarik, kalau menjadi ikon saya rasa semua gapura bisa menjadi ikon, kalau saya itu di solo sendiri sangat kurang *public space* termasuk di sini UNS, di UNS sendiri kan *public space*nya larinya ke sini juga nah itu bagi saya menarik saya menganggap itu berhasil gapura perahu itu saya menganggap berhasil bisa menciptakan tidak sekedar ikon tapi mengkondisikan ya seperti pasar kaget gitu kalau saya itu menarik padahal tujuan awalnya bukan seperti itu tapi pada perkembangannya menarik ada semacam daya tarik untuk tempat berkumpul ntah itu sama Pak Panggah atau Pak Nurata sudah direncanakan untuk menjadi *public space* atau engga tapi pada perkembangannya menarik ...” (Wawancara 2 juli 2014)

Pria yang bekerja sebagai subbag akademik ISI Surakarta ini menilai gapura perahu ISI Surakarta sebagai *public space*. *Public space* dalam bahasa Indonesia disebut ruang publik. Menurutnya, di kota Surakarta masih kurang adanya ruang publik. Oleh karena itu, dalam perkembangannya gapura perahu yang awalnya hanya sebuah gapura dan tanda lokasi, kini menjadi ruang publik sehingga banyak masyarakat yang berkumpul di sana. Gapura perahu ini tidak hanya mejadi sebuah ikon kampus ISI Surakarta, melainkan juga menjadi ruang publik bagi masyarakat Surakarta pada umumnya dan masyarakat yang tinggal di sekitar ISI Surakarta pada khususnya.

Realitas di atas memperlihatkan bahwa di antara bangunan-bangunan yang dimiliki ISI Surakarta, gapura perahu-lah yang dijadikan penanda lokasi oleh masyarakat yang tinggal di sekitar kampus ISI Surakarta. Penanda di sini memiliki pengertian sesuatu yang digunakan untuk memberi tanda atau petunjuk, sesuatu disini dapat berupa bangunan, pohon, persimpangan jalan, atau apapun yang dapat dijadikan sebagai petunjuk. Selain sebagai penanda lokasi, gapura perahu juga menjadi ruang publik bagi masyarakat Surakarta pada umumnya dan masyarakat yang tinggal di sekitar kampus ISI Surakarta pada khususnya.

Sementara untuk mengetahui keberadaan ikon gapura perahu di lingkungan ISI Surakarta peneliti melakukan beberapa wawancara. Wawancara ini dilakukan baik dengan warga ISI Surakarta (orang yang bekerja di ISI Surakarta) maupun warga yang tinggal di sekitar ISI Surakarta. Hal ini dapat dilihat dari beberapa kutipan wawancara berikut ini, Helmi (25 tahun) mengatakan:

“... gapura perahu bisa dibikin identitas yang mudah di ingat orang lain, ya mirip kayak tugu jogja, monas, atau jam gadang dan lain-lain membantulah buat orang yang pengen kenal ISI, paling ngga ingat dulu sama gapuranya ...” (wawancara 21 Juni 2014)

Menurut pria yang tinggal di sekitar ISI Surakarta dan bekerja sebagai redaktur koran lokal di Solo menjelaskan bahwa gapura perahu bisa digunakan sebagai identitas ISI Surakarta karena gapura perahu mudah diingat oleh masyarakat sekitar dan masyarakat yang melewati gapura tersebut. Pria yang bekerja sebagai redaktur di koran lokal Surakarta ini juga

mengungkapkan keberadaan gapura perahu sama seperti tugu jogja di kota Jogjakarta, tugu monas yang ada di Jakarta, dan jam gadang yang ada di Bukittinggi Sumatera Barat. Keberadaan tugu jogja, tugu monas, dan jam gadang sendiri adalah sebagai ikon daerah tersebut atau bisa dikatakan sebagai *landmark*.

Landmark menurut bahasa memiliki arti penunjuk atau sesuatu yang mudah dilihat atau dikenal. Sesuatu yang mudah dilihat dan dikenal ini tidak harus memiliki ukuran yang besar, bisa jadi sesuatu tersebut dapat dijadikan *landmark* karena memiliki nilai historis pada daerah atau lokasi *landmark* berada. *Landmark* sendiri bisa berbentuk gunung atau bukit, gedung tinggi, menara, tanda tinggi, tempat ibadah, pohon tinggi dan sebagainya.

Ikon gapura perahu ISI Surakarta sebagai identitas ISI Surakarta juga dijelaskan oleh salah satu alumni ISI Surakarta. Hal ini diperkuat dengan kutipan wawancara berikut ini, Renaldi (26 tahun) mengatakan:

“... anak-anak ISI dulu sering “selfie” dengan latar belakang gapura Perahu terus diunggah ke friendster, mungkin waktu itu ga ada tempat yang ikonik banget mas.. misalnya kalo kita “selfie” dengan latar belakang menara eiffel kita ngga perlu bilang bahwa kita ada di Paris, begitu juga dulu mas ga perlu bilang bahwa kita anak ISI, cukup dengan selfi itu aja dulu udah bangga menunjukkan bahwa kita anak ISI ...” (Wawancara 24 Juni 2014)

Pernyataan Renaldi menjelaskan bahwa, gapura perahu dulu sering digunakan untuk foto-foto selfie. Istilah selfie muncul akhir-akhir ini dengan

adanya fenomena foto potret diri yang diambil sendiri dengan menggunakan kamera digital atau telepon kamera. Hal ini seringkali dikaitkan dengan jejaring sosial. Masih menurut pria yang juga menjadi alumnus pascasarjana S2 ISI Surakarta ini, pemilihan gapura perahu sebagai *background selfie* disebabkan karena gapura tersebut sangat ikonik dengan ISI Surakarta. Jadi dengan *selfie* tersebut, orang yang melihat foto kita sudah mengetahui kalau kita berada di ISI Surakarta meskipun kita tidak menuliskannya. Hal ini dapat dilihat bahwa gapura ISI Surakarta dapat menjadi identitas ISI Surakarta. Hal ini diperkuat juga dengan kutipan wawancara berikut ini, Esha (36 tahun) mengatakan:

“... DKI atau daerah lain punya landmark namun juga punya logo resminya. Jadi landmark bukan berarti logo meskipun DKI kebetulan dalam logonya ada muatan *landmarknya* dalam hal ini monas di dalam logonya, tapi *landmarknya* Jakarta tidak hanya monas, anda bisa wawancara ke Pak Panggah tentang ide *gayor* itu, tapi orang umum kan ngga ngerti *gayor*, udah gapura perahu ajalah sebutannya silahkan orang lain memaknai apa tapi ide dasarnya seperti itu dan itu *landmark* kita. Ini kita punya satu-satunya *landmark* itu, kalau gapura yang di depan rektorat itu kan hanya gapura biasa jadi bukan sebagai *landmark* ...” (Wawancara 26 Februari 2014)

Surakarta adalah sebagai gapura *gayor*, bukan gapura perahu sebagaimana kebanyakan masyarakat menyebutnya. Gapura *gayor* tersebut menurutnya adalah satu-satunya *landmark* ISI Surakarta berbeda dengan gapura yang berada di depan rektorat ISI Surakarta, karena itu adalah gapura biasa bukan sebagai *landmark*. Pernyataan diatas juga diperkuat oleh kutipan wawancara berikut ini, Taufik Murtono (38 tahun) mengatakan:

“... Itu saya melihatnya dia *landmark*, karena *branding* sendiri itu kita belum sadari itu jadi itu belum jadi *brand* tapi *landmark* itu sudah, jadi bagaimana masyarakat *aware* ISI itu yang ada perahunya, walaupun itu menjadi *visual branding* yang berkembang itu karena persoalan sebagai *landmark* saja belum sebagai komunikasi yang sengaja kita buat pencitraan, kan beda kalau itu sebagai pencitraan sebagai strategi visual kan harusnya *ter-deliver* sampai konsep-konsepnya kan tapi itu kan baru sebagai penanda lokasi, *Landmark* itu tadi misalnya orang tahu gapura gladak tapi apa yang maknanya gapura gladak kan ngga tahu tapi kalau itu sebagai merek kan sudah harus mendarah daging arti dari gapura gladak itu karena disini belum ada usaha kesana, walaupun ada usaha itupun tanpa sadar ...” (Wawancara 6 Maret 2014)

Pernyataan pria yang berprofesi sebagai dosen sekaligus ketua Litbang Lemlit ISI Surakarta, juga menyebutkan bahwa gapura ISI Surakarta adalah sebagai *landmark* atau penanda lokasi. Akan tetapi, pria yang bekerja sebagai pengajar dan sekaligus ketua Litbang Lemlit ISI Surakarta ini menyebut gapura ISI Surakarta sebagai gapura perahu bukan gapura *gayor* seperti ungkapan Esha Kawinarno diatas. Taufik juga menambahkan bahwa di ISI Surakarta belum terjadi proses *visual branding*. Jadi, gapura tersebut juga bukan sebagai *brand* atau merek yang sengaja ditampilkan sebagai pencitraan pada media promosi ISI Surakarta. Jika gapura tersebut diperuntukkan sebagai *visual branding*, menurut pria yang juga sebagai konseptor media promo ISI Surakarta mengatakan bahwa konsep-konsep dari gapura perahu itu harus tersampaikan kepada *audience*.

Di sini terlihat bahwa gapura perahu ISI Surakarta sebagai sebuah karya seni yang lahir dari seniman yang kreatif. Seperti disebutkan Dharsono

(2004:28) bahwa karya seni lahir dari seniman yang kreatif, sang seniman selalu berusaha meningkatkan sensibilitas dan persepsi terhadap dinamika kehidupan masyarakat. Sebaliknya masyarakat akan dapat merasakan manfaat karya seni tersebut.

IKON GAPURA PERAHU MENJADI SUMBER INSPIRASI MEDIA PROMOSI ISI SURAKARTA

A. Proses pengangkatan ikon gapura pada media promosi ISI Surakarta

Para pendesain media promo ISI surakarta lebih sering memunculkan visual gapura perahu ISI Surakarta, meskipun dalam promosi dan pemilihan tersebut tanpa strategi atau koordinasi tim terlebih dahulu seperti tampak pada kutipan wawancara berikut ini, Budi Prasetyo (45 tahun) mengatakan:

“... Itu sejak awal mas, sejak awal kita menarik ikon ini dan juga di bawah itukan menjadi *public space* nya mahasiswa dan kalau malem kan banyak tongkrongan disitu artinya orang muda itu banyak kenal itu pangsa pasar kita muda, Kalo logo ada rapat senatnya dulu mas.. tapi kalo ikon ini ngga ada karena kita bisa menggunakan apa saja dulu pernah saya gunakan gedung, gedung rektorat itu saya pernah angkat sebagai ikon ISI disini juga kita ngga ada aturan kita pake separo, dulu sebelum ada gapura kita pake ikon rektorat tadi, teater besar, pendopo, pertunjukan tari, beberapa pernah kita pakai jadi ngga ada ketentuan ...” (Wawancara 2 juli 2014)

Pernyataan Budi bahwa pemilihan visual gapura ISI Surakarta sebagai ikon berbeda dengan logo ISI Surakarta, dimana kalau logo ISI Surakarta

melalui rapat senat dengan surat keputusan sedangkan pemilihan visual gapura ini sendiri hanya menampilkan apa yang dirasa mewakili ISI Surakarta. Dalam hal ini visual gapura ISI Surakarta lebih mewakili karena selain konsep yang bagus juga sebagai *public space* banyak anak muda berkumpul yang merupakan pangsa pasar dari ISI Surakarta, Esha Kawinarno (36 tahun) menambahkan.

“... untuk strategi promo sendiri di sini belum memikirkan ke arah sana karena di ISI promosi dilakukan melalui banyak pintu, jadi tidak fokus pada HUMAS, di Akademik juga melakukan sendiri, Pascasarjana juga melakukannya, dan di jurusan-jurusan lain melakukan promosinya. Seharusnya di sini memiliki tim khusus untuk melakukan itu, tapi di sini belum mas. Itu kelemahan sebetulnya jadi ngga ada *budget* khusus untuk melakukan promosi ...” (Wawancara 26 Februari 2014)

Penyataan Esha bahwa di ISI Surakarta belum memikirkan strategi promosi. ISI Surakarta melakukan promosi melalui banyak pintu tidak hanya fokus pada HUMAS. Hal ini menjadi kelemahan ISI Surakarta karena seharusnya pada satu instansi harus memiliki tim yang bekerja khusus untuk strategi promosi, sehingga media promosi yang dikeluarkan oleh ISI Surakarta memiliki konsep yang sama, hal ini seperti yang diungkapkan oleh Taufik Murtono (38 tahun) yang mengatakan.

“... Itu seperti gayung bersambut mas, jadi ngga ada koordinasi antara yang merancang gapura, yang menciptakan gapura dengan orang-orang yang akhirnya memanfaatkan itu sebagai ikon, itu hampir ngga ada pembicaraan jadi saling improvisasi aja saling mengisi aja, waktu ada yang bikin gapura , ada yang bikin icon disana ya udah kita sambut dengan dimanfaatkan

untuk sarana promosi karena sebelumnya belum ada ikon yang menyatukan itu selama ini kan pakainya logo, orang menari itu kalau saya boleh bilang belum mewakili kepentingan ISI secara keseluruhan beruntung ada yang menciptakan itu tapi koordinasi sebenarnya ngga ada, ya seperti kerja seniman-seniman itulah ada yang membuat ada yang merespon tanpa komunikasi, komunikasinya ya respon tadi, sebenarnya itu kalau boleh saya bilang kerja komunikasi yang menarik karena itu alamiah tidak direkayasa dan lain-lain, dan itu ya mungkin dengan intervensi konseptual sedikit tapi masih dalam koridor alamiah bisa jadi menjadi model perancangan komunikasi yang ideal untuk instansi seni kalau boleh saya menjelaskan yang negeri, dalam arti negeri itu kan agak berbeda cara berfikirnya dengan swasta jadi persoalan profit dan lain-lain mungkin agak dikesampingkan ...” (Wawancara 6 Maret 2014)

Pernyataan Taufik tersebut menggambarkan bahwa proses memasukkan ikon gapura perahu ISI Surakarta sebagai identitas sebenarnya seperti gayung bersambut. Tidak ada koordinasi antara perancang gapura, pencipta gapura dengan orang-orang yang akhirnya memanfaatkan hal tersebut sebagai ikon identitas pada media promosi ISI Surakarta. Komunikasi antara para seniman tersebut adalah sikap saling respon yang dilakukan sejak adanya gapura ISI Surakarta. Taufik menambahkan bahwa komunikasi seperti ini lebih menarik dan tidak direkayasa meskipun ada intervensi konseptual namun masih alamiah dan dapat menjadi model perancangan komunikasi yang ideal untuk instansi seni. Sebelum memakai ikon gapura perahu ISI Surakarta, untuk menyatukan dengan logo ISI sendiri menggunakan ikon pertunjukan, orang menari dan itu belum mewakili ISI Surakarta secara keseluruhan.

Proses pengangkatan ikon gapura ISI Surakarta pada media promosinya tidak dilakukan dengan terencana. Hal ini dikarenakan ISI Surakarta belum memiliki tim khusus untuk menangani strategi promosi. Promosi di ISI Surakarta dilakukan melalui banyak pintu, yang artinya promosi di ISI Surakarta dilakukan oleh banyak pihak seperti bidang HUMAS, Akademik, dan bahkan sampai jurusan-jurusan. Menyebabkan promosi di ISI Surakarta tidak memiliki konsep yang sama.

Pengangkatan ikon gapura ISI Surakarta sendiri dilakukan tanpa koordinasi antara perancang gapura, pencipta gapura dengan orang-orang yang akhirnya memanfaatkan hal tersebut sebagai ikon identitas pada media promosi ISI Surakarta. Komunikasi antara para seniman tersebut adalah sikap saling respon yang dilakukan sejak adanya gapura ISI Surakarta. Secara tidak langsung kegiatan promosi yang sudah dilakukan oleh ISI Surakarta dengan menampilkan visual gapura ISI Surakarta sebagai identitas mereka, bisa dikatakan mereka telah melakukan kegiatan peng-iklanan dan pengangkatan suatu merek atau branding yang tidak sadar.

Pihak ISI Surakarta disini telah melakukan promosi untuk menawarkan produk jasa mereka kepada audience, kegiatan ini termasuk dalam kategori utama iklan. Dalam media promosinya ISI Surakarta secara terus menerus menampilkan ikon gapura perahu ISI Surakarta, hal ini menguatkan image gapura perahu ISI Surakarta sebagai identitasnya kepada audience secara tidak langsung, yang dapat menciptakan mindset audience dimana ada gapura perahu ISI Surakarta berarti ada ISI Surakarta.

B. Ikon Gapura Perahu Sebagai Rujukan Utama Visual Media Promosi ISI Surakarta

Ada beberapa latar belakang atau alasan untuk menampilkan visual gapura perahu ISI Surakarta pada media promosinya, diantaranya adalah dengan beberapa kutipan wawancara berikut ini, Esha Kawinarno (36 tahun) mengatakan.

“... Itu wawasan saya ada visualisasi landmark ada juga visualisasi logo, misalnya DKI atau daerah lain punya landmark namun juga punya logo resminya. Jadi landmark bukan berarti logo meskipun DKI kebetulan dalam logonya ada muatan landmarknya dalam hal ini monas di dalam logonya, tapi landmarknya Jakarta tidak hanya monas, alasannya gitu tapi kalau alasan spesifik ini pernah coba kalau soal logo (ISI Surakarta) pernah riset kecil-kecilan dengan beberapa audiens dengan menyebarkan angket memang kelebihan dan kekuatan logo ini memang dari hasil itu punya kelemahan secara visual tapi itu tidak saya ekspose karena saya cuman ingin kroscek aja apakah logo ini bisa diterima oleh masyarakat itu hasilnya logo ini kurang bisa diterima, tidak tepat sasaran, tidak komunikatif, terlalu ribet, terlalu filosofis tidak aplikatif. Jadi tidak begitu kuat dalam visual logo, maka perlu diberi satu visual kuat, maka landmark seringkali kita tampilkan dalam media promo, aplikasi landmark ini lebih dominan daripada logo memang iya beberapa souvenir itu saya membuat dengan dasar landmark, ini secara figure saya menggunakan bentuk landmarknya ...” (Wawancara 26 Februari 2014)

Pernyataan Esha mengungkapkan bahwa menampilkan visual *landmark* gapura ISI Surakarta dengan logo resminya pada media promo ISI Surakarta dikarenakan logo resmi ISI Surakarta terlalu filosofis dan kurang

bisa diterima oleh masyarakat. Visual *landmark* itu sendiri sebagai penguat supaya masyarakat lebih cepat mengenal ISI Surakarta, bahkan menurut pria yang juga ikut mendesain media promo ISI Surakarta ini mengakui kalau aplikasi *landmark* tersebut lebih dominan daripada logo resmi ISI Surakarta. Hal tersebut juga diperkuat dengan wawancara berikut ini, Budi Prasetyo (45 tahun) menambahkan.

“... itu karena ikon ISI kan lebih dikenal perahu, gapura perahu gitu kan orang langsung tahu ISI daripada logo gitu kan, kalo saya itu gapura perahu di Solo kan hanya satu-satunya, itu kita bidik itu aja karena yang gampang itu, sejak awal kita menarik ikon ini dan juga dibawah itu kan menjadi *public space* nya mahasiswa dan kalau malem kan banyak tongkrongan disitu artinya orang muda itu banyak kenal itu pangsa pasar kita muda ...” (Wawancara 2 juli 2014)

Pernyataan Budi menggambarkan latar belakang menampilkan gapura perahu ISI Surakarta pada media promosi dikarenakan masyarakat lebih mengenal gapura perahu ISI Surakarta daripada logo resminya sendiri. Masih menurut Budi gapura perahu ISI Surakarta juga menjadi *public space* dimana banyak anak muda yang berkumpul disana, jadi tentunya gapura perahu lebih familiar bagi mereka, sedangkan anak muda tersebut adalah pangsa pasar ISI Surakarta. Selain itu pemakaian gapura perahu sebagai rujukan utama juga dipertegas dengan pernyataan wawancara berikut ini, Taufik Murtono (38 tahun) menambahkan.

“... konsepnya kan bagus soal perahu itu kan soal penjelajah dan lain-lain apa konsep-konsep lama juga apa namanya konsep penjelajahan itu kan bagus soal keterhubungan,

keterbukaan, persahabatan, pengetahuan itu konsep sepertinya yang saya tangkap, nah karena itu dari sisi konseptual bagus dari sisi artistik juga menarik walaupun sebenarnya secara ruang belum tergarap sempurna tapi itu yang sampai saat ini yang saya anggap sisi visual yang paling menarik untuk ISI Solo ini ..Itu konsentrasinya lebih ke konsepnya, jadi secara konseptual pendopo sama mungkin teater itu kurang universal karena ini kan instansi yang menaungi banyak bidang kajian, kalau dulu mungkin saat masih fakultasnya satu fakultas seni pertunjukan saja ya mungkin pendopo ya cukup, kita sekarang sudah ada fotografi, TV, film, batik, DKV, saya rasa konsep samudera raksa ini perahu ini lebih universal karena dia membicarakan soal keterhubungan, soal connectivity, soal penjelajahan kalau dibilang pengetahuan dan seni kan erat kaitannya dengan pengembaraan, penjelajahan, keterbukaan, keterhubungan dengan manusia lain dengan alam lain, nah saya rasa perahu tadi mencerminkan itu sampai pengetahuan disana ada eksplorasi, lebih universal kalau saya bilang. Untuk mewakili citra instansi seni dalam hal ini ISI Solo ...” (Wawancara 6 Maret 2014)

Pernyataan Taufik di atas menggambarkan, visual gapura perahu ISI Surakarta dipilih karena memiliki konsep yang bagus, sebagai penjelajah yang berkaitan dengan keterhubungan, keterbukaan, persahabatan dan pengetahuan. Menurutnya konsep samudera raksa dapat mewakili ke-universal-an bidang kajian yang dimiliki ISI Surakarta. Selain itu, masih menurut pria yang juga sebagai pengajar di ISI Surakarta gapura perahu tersebut memiliki sisi artistik yang menarik meskipun belum dikerjakan secara sempurna.

Pemilihan ikon gapura kapal ISI Surakarta sebagai rujukan utama atau inspirasi pada media promosi ISI Surakarta dikarenakan gapura tersebut

selain memiliki bentuk yang artistik, lebih familiar di mata masyarakat, juga memiliki konsep filosofis yang dapat mewakili ISI Surakarta secara keseluruhan.

SIMPULAN

Gapura kapal ISI Surakarta merupakan sebuah karya dari seorang seniman. Pada kenyataannya, secara tidak langsung Gapura ISI Surakarta mempengaruhi dinamika kehidupan masyarakat. Masyarakat merasakan manfaat dari karya bangunan gapura kapal ISI Surakarta. Sementara orang-orang kreatif yang bekerja di ISI Surakarta juga memanfaatkan bangunan gapura kapal ISI Surakarta dengan menjadikan bangunan tersebut menjadi identitas ISI Surakarta, ini terbukti dengan sering munculnya ikon gapura kapal pada media promo-media promo ISI Surakarta.

Pemilihan ikon gapura kapal ISI Surakarta sebagai rujukan utama atau inspirasi pada media promosi ISI Surakarta dikarenakan gapura tersebut selain memiliki bentuk yang artistik, lebih familiar di mata masyarakat, juga memiliki konsep filosofis yang dapat mewakili ISI Surakarta secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Corporate Identity, Sejarah Dan Aplikasinya*, Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana, Universitas Petra Surabaya, Surabaya, Vol. 1, No.2, Juli.
- Indrawati, Lilik. 1993. *Struktur seni I*. Malang: Proyek OPF IKIP Malang.
- Kartika, Dharsono Sony. 2004. *Seni Rupa Modern*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*, Jakarta: Grafiti.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kusmiati R., Artini, Sri Pudjiastuti, Pamudji Suptandar. 1999. *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan.
- Masri, Andry. 2010. *Strategi Visual*. Jogjakarta: Jelasutra.
- Munandar, Utami. 2002. *Kreatifitas & Keberbakatan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Olins, wally. 1989. *Corporate Identity*. Spain: Artes Graficos Toledo.
- Sumarjo, Jacob. 2000. *Filsafat Seni*. Bandung: ITB.