

# Bab I

## A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, akhir-akhir ini terdapat beberapa usaha dari para seniman untuk memperindah wilayah publik dengan visualisasi jalanan atau lebih sering disebut *street art*. Untuk memperindah wilayah publik tersebut, di Yogyakarta, para seniman membuat lukisan di berbagai tembok dan ruang publik dengan mural. Dalam pengerjaan seni rupa berbentuk mural, dibutuhkan ketelitian, sehingga memunculkan kesan sempurna dan tentu berbeda dengan graffiti maupun bentuk *street art* lain yang sifatnya cepat digoreskan pada tembok.

Di kota-kota besar, sempitnya ruang publik pada tembok-tembok yang tidak terpakai, menjadi incaran pemasangan iklan dan lukisan para seniman graffiti yang seakan-akan mendominasi ruang publik. Sebagai penyeimbang dari dominasi ruang publik, menjadikan mural sebagai salah satu alternatif yang dapat dijadikan sebagai penyeimbang lingkungan dan dapat menjadi media komunikasi visual yang efektif untuk saling berinteraksi secara langsung kepada masyarakat di sekelilingnya.

Keberadaan ruang publik sendiri juga mengalami kendala dari berbagai macam kepentingan. Sebagai gambaran konflik yang terjadi pada masyarakat antara lain semakin menyempitnya taman kota yang digantikan

sebagai tempat perdagangan, pemasangan papan reklame yang tidak terencana dengan baik. Menurut Koordinator JMF Samuel Indratma, Yogyakarta sudah melewati fase saat para muralis berebut ruang dengan dominasi dari setiap papan iklan yang ada. "Isu sudah kita geser pada soal mencuri perhatian di tengah kekumuhan dan keriuhan kota," Setidaknya sejak tahun 2002, saat Apotik Komik menggambar berbagai figur kartun di Lempuyangan, praktis pilar-pilar dan dinding jalan layang telah mereka rebut. Masalahnya kini memang menginterupsi jejalan gambar dan kalimat-kalimat provokatif iklan dengan pitutur atau gambar-gambar yang mengingatkan kita kepada nilai-nilai yang berbasis kepada kerakyatan. Dan itu tidak mudah, lantaran alam kognisi kita seolah telah diserbu dengan kalimat-kalimat provokatif dari reklame dari berbagai sudut. Selain iklan di jalanan, televisi adalah agen terbesar di dalam merancang "penanaman" produk konsumsi di kepala kita (<http://www.kompas.com/printnews/xml/2008/11/10/23465295/includes>, akses 06-10-2009).

Di Indonesia lukisan mural tertua berada di gua Leang-Leang Makasar, Maros Sulawesi Selatan, pulau Muna, serta beberapa gua di Papua dan Maluku. Manusia jaman dahulu membuat mural pada dinding-dinding gua. Istilah mural itu sendiri berarti lukisan yang di buat pada dinding, langit-langit atau kanvas yang melekat pada dinding. Sehingga mural sangat menjadi sebuah media untuk mengkomunikasikan pesan secara visual.

Desain Komunikasi Visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan

menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku *target audience* sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sedang Bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya yang disusun berdasarkan kaidah bahasa visual yang khas berdasar ilmu tata rupa. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan (baik sosial maupun komersial ataupun berupa informasi, identifikasi maupun persuasi) (<http://islamicgraphicdesign.blogdetik.com/definisi-desain-komunikasi-visual>, akses 02-11-2009).

Selain menyampaikan pesan-pesan dari bentuk visual tersebut, fungsi mural pada dinding-dinding bangunan banyak digunakan untuk memberikan kesan keindahan dalam membangun imajinasi masyarakat dan dijadikan sebuah medium untuk memperindah ruangan dalam arsitektur bangunan bahkan tidak jarang para ilmuwan dunia meneliti pola kehidupan masyarakat kuno melalui mural yang ditemukan.

Mural menurut Susanto (2002:76) memberikan definisi sebagai lukisan besar yang dibuat untuk mendukung ruang arsitektur. Definisi tersebut bila diterjemahkan lebih lanjut, maka mural sebenarnya tidak bisa dilepaskan dari bangunan dalam hal ini dinding. Dinding dipandang tidak hanya sebagai pembatas ruang maupun sekedar unsur yang harus ada dalam bangunan rumah atau gedung, namun dinding juga dipandang sebagai medium untuk memperindah ruangan. Kesan melengkapi arsitektur bisa dilihat pada bangunan gereja Katolik yang bercorak Barok yang melukis atap gereja yang biasanya berupa kubah dengan lukisan awan dan cerita di Alkitab.

Perkembangan mural di Kota Yogyakarta itu sendiri sangat berkembang pesat, dan sekarang mulai berkembang juga di setiap tembok-tembok kampung. Beberapa contoh bentuk mural seperti di timur Jalan Kleringan Stasiun Tugu, Mall Galeria, dinding-dinding lapangan luar Kridosono, di bawah jembatan kereta api Jalan Mangkubumi dan sekarang

meluas ke kampung-kampung, seperti di daerah Wirobrajan, Sayidan, Langenastran bahkan pada dinding-dinding pembatas pada sebagian lingkungan sekolah dan masih banyak lagi.

Di Yogyakarta, mural merebak di sekitar tahun 2003 seiring dengan gagasan konsep dari Apotik Komik (dikoordinasi oleh seniman publik Samuel Indratma) yang menghias kota dengan lukisan-lukisan di tembok kota dan terlebih dahulu dipresentasikan di depan Walikota Yogyakarta. Beberapa seniman mural dari Amerika Serikat kemudian diundang untuk berpartisipasi dalam proyek tersebut. Seniman mural melakukan komunikasi secara visual kepada masyarakat terhadap pengalaman yang dilihat oleh seniman dalam memandang keadaan di sekelilingnya dan menyampaikan pesan-pesannya melalui media mural dengan memanfaatkan ruang publik yang ada dilingkungannya, perkembangannya pun disesuaikan dengan keadaan yang ada disekitarnya juga berdasarkan kepentingan-kepentingan atas sesuatu yang ingin disampaikan dalam mural tersebut.

Obed Bima Wicandra seorang Dosen jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain di Universitas Kristen Petra, Surabaya menyatakan di dalam blognya bahwa Seni mural di Yogyakarta mulai berkembang akhir-akhir ini sebagai bentuk kegelisahan perupa pada perkembangan kota sudah dipenuhi oleh polusi, kebisingan, kekerasan, tidak teraturan poster maupun pamphlet di dinding yang telah mengarah pada

visual dengan lebih estetis pada masyarakatnya guna membentuk peradapan kota yang lebih baik melalui pesan-pesan yang terkandung didalamnya ([http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php?DepartementID=DKV/format\\_pdf](http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php?DepartementID=DKV/format_pdf), 2005:126).

Seolah-olah mural di Yogyakarta sudah menjadi identitas kota dalam memperindah lingkungannya. Salah satu perhatian dari penulis tertuju pada karya seni mural yang terdapat pada tiang-tiang penyangga jembatan layang di dekat stasiun Lempuyangan. Gambar visualnya seakan menunjukkan sindiran atau kritik sosial dengan kalimat bahasa Jawa dan juga karakternya menggunakan gambar dengan karakter pewayangan yang merupakan salah satu kebudayaan di Jawa.

Makna yang dikomunikasikan dibalik bahasa visual pada media mural mencoba untuk mengkritisi permasalahan sosial kepemimpinan dalam ruang publik kota di mana ruang publik yang ada menjadi ajang pertarungan berbagai macam kepentingan. Fenomena penyalahgunaan dalam jabatan, seakan ditampilkan dalam kritikan-kritikan yang membahas tentang keadaan kepemimpinan saat ini dalam proses penyelenggaraan pemerintahan dan hal itu juga menjadi perbincangan di dalam masyarakat bahwa ada ketidakberesan dalam mekanisme kebijakan pemerintahan.

Melihat fenomena ini, sepertinya hanya melihat suatu masalah hanya yang sedang timbul atau yang sedang dibicarakan pada media massa saja dan tidak menyelesaikan permasalahan yang sebelumnya akan diselesaikan karena media telah melihat permasalahan yang lain. Padahal permasalahan di

negara ini sangat banyak yang harus di selesaikan, tetapi para pemimpin masyarakat sepertinya hanya mementingkan dirinya sendiri dengan mengatasnamakan masyarakat untuk mendapatkan sesuatu yang lebih untuk kemakmuran diri sendiri dan kelompoknya saja bahkan terkadang bersilat lidah melempar tanggung jawab dari persoalan-persoalan yang semestinya menjadi tanggung jawabnya, berlindung kepada orang lain agar kedudukan dan jabatannya tidak hilang. Contoh yang sederhana yang saat ini terjadi adalah para pemimpin negara lebih mementingkan studi banding keluar negeri karena mendapatkan biaya yang lebih besar dengan mengatasnamakan kepentingan kemajuan masyarakat. Jika memang mengatasnamakan masyarakat untuk studi banding, setidaknya ada praktek yang dilaksanakan sesuai kondisi masyarakat yang dipimpinnya dan menghasilkan pengurangan masalah yang ada atau permasalahan yang lebih mementingkan gedung kantornya dari pada meningkatkan fasilitas pendidikan di daerah-daerah terpencil dan permasalahan-permasalahan lainnya sehingga tidak mengherankan kalau kondisi Bangsa dan Negara saat ini masih jauh dari ukuran idealis.

Pemimpin diharapkan menjadi seorang yang dapat menjadi tauladan bagi yang dipimpinnya. Seorang pemimpin adalah seorang guru, yang seharusnya *digugu* dan *ditiru* bagi orang yang dipimpinnya karena tindakan yang diputuskan oleh seorang pemimpin mempengaruhi kehidupan orang yang dipimpinnya. Seperti yang diajarkan oleh Ki Hajar Dewantara, seorang

pemimpin ialah “Ing ngarsa sung tuladha, Ing madya mangun karsa, Tut wuri handayani” yang berarti di depan memberi contoh atau tauladan, di tengah menciptakan peluang untuk berprakarsa, dan yang di belakang memberi dorongan untuk kemajuan. Bukan pemimpin yang memberi contoh untuk merauk keuntungan setinggi-tingginya, untuk memakmurkan atau hanya memuaskan diri pribadi dan juga bukan pemimpin yang hanya mempunyai banyak kata tetapi tak ada hasil yang nyata.

Pemimpin ideal itu adalah hamba Allah yang telah dipilih menjadi pemimpin manusia untuk dituntut berbuat jujur (shidiq), melaksanakan tugas berdasarkan mandat yang harus dipertanggungjawabkan (amanah), komunikatif (tabligh) dan cerdas, serta professional (fathonah) (mahalli, 2003:1).

Gambar visual wayang pada dinding jembatan Lempuyangan, menggambarkan seorang pemimpin yang membawa bakul dengan orang-orang yang dibawanya seperti masyarakat yang dipimpinnya dengan berbagai karakter orang-orang yang dibawanya dan gambar yang satu lagi wayang yang menggendong orang-orang seperti sedang mengayomi masyarakatnya sehingga seakan seniman ini sedang mencoba mengkritisin permasalahan kepemimpinan yang sedang terjadi akhir-akhir ini dan disampaikan pada ruang publik yang ada. Seniman mural mencoba menggambarkannya ke dalam bahasa visual melalui media mural sehingga dapat dilihat kenyataan dalam realitas yang di hadapi masyarakat berdasarkan permasalahan yang sedang terjadi disekitarnya.

Pada tiang penyangga jembatan layang tergambar segala tema dengan

kembali dan sosok Ramayana ataupun karakter dari bagong petruk dan punakawan lainnya hingga gambar joglo yang memiliki sebuah kisah di balik tema-tema karakter wayang yang menghiasi tembok-tembok tiang penyangga jembatan layang Lempuyangan. Peneliti tertarik dengan salah satu karakter wayang Ki dan Nyi Brayut dengan tema kritik sosial sebuah kepemimpinan karena karakter tersebut sangat jarang bahkan banyak masyarakat yang tidak mengetahui sosok karakter tersebut dengan gambar-gambar yang menurut peneliti sangat menarik untuk diteliti.



Gambar 1.1  
Mural Ki Brayut



Gambar 1.2.  
Mural Nyi Brayut

Sumber foto: Chichi Fitria

Sosok wayang Ki Brayut yang menggunakan dasi dan menggenggam sebuah *handphone* atau telephone genggam dengan mengangkat sebuah bakul yang berisi karakter-karakter yang unik lainnya tidak lupa di atas gambar tersebut bertuliskan “eling lan waspodo”, sedangkan sosok wayang Nyi Brayut tergambar sedang menggendong anak-anak kecil yang sangat banyak di kanan dan kiri tangannya juga dengan selendang yang bertuliskan

kearah bakul Ki Brayut. Bagian bawah dari wayang Ki Brayut ini bertuliskan “Wayang Brayut Riwayatmu Kini” berarti karakter wayang ini sudah semakin terlupakan bahkan asing terdengar.

Karya mural Dani yang lainnya bertemakan wayang juga dengan judul “Wayang Ki Semar Prihatin” sebagai ungkapan kegelisahan Dani terhadap kepemimpinan yang masih berjalan di Negara ini. Dengan mengambil karakter tokoh wayang Punokawan, Dani mencoba mengkritik dengan menggunakan mural dari karakter seorang semar yang sebagai abdi atau pesuruh, bisa dibilang bawahan dari seorang pemimpin yang sosok badannya yang gemuk menjadi kurus karena memikirkan Negaranya. Kedua sodara dari wayang Semar yaitu Petruk dan Gareng yang berada di bawahnya merasa kasihan dengan keadaan Semar sendiri dengan dipadukan modernitas yang ada saat ini dengan memegang *handphone* seolah ingin memberikan

Sumber : Dani Yunarto

Mural sebagai salah satu media komunikasi publik yang sangat dekat dengan masyarakat, sehingga dapat menjadi salah satu alternative untuk menyuarakan aspirasinya terhadap kinerja pemimpinnya yang dirasa belum memuaskan. Mural masuk kedalam desain komunikasi visual yang bisa dikatakan sebagai seni dalam menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa rupa melalui media yang berupa desain visual yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Melalui pemanfaatan seni mural, masyarakat lebih memahami pesan yang ingin disampaikan dengan menggunakan proses penangkapan pesan oleh masyarakat. Apabila masyarakat dapat menangkap pesan tersebut dengan benar, maka secara tidak langsung akan mempengaruhi pola pikir serta sikap sosial yang akan berimbas pada tingkah lakunya dalam masyarakat.

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi pokok dari permasalahannya adalah : *“Bagaimana Kritik Sosial dalam Desain Komunikasi Visual Mural Dani Yunarto?”*

## **C. Tujuan Penelitian**

• • • • • Tujuan penelitian ini adalah •

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kritik sosial kepemimpinan dalam desain komunikasi visual yang dibuat oleh Dani Yunarto melalui dua mural wayang yaitu mural wayang Brayut dan mural wayang Punokawan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Hasil dari penelitian ini dapat menjadikan suatu bahan perbandingan dan sebuah masukan dalam penelitian selanjutnya yang bersangkutan dengan metode penelitian kualitatif mengenai deskriptif.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan kontribusi mengenai kritik sosial pada ruang publik yang ditampilkan pada seni mural yang menjadi salah satu media komunikasi visual.

#### **E. Kerangka Teori**

##### **1. Komunikasi sebagai Proses**

Komunikasi itu merupakan suatu proses yang terjadi untuk menyampaikan, menerima, mengolah pesan yang terjadi dalam diri komunikator dengan tujuan dan maksud tertentu. Tujuan proses komunikasi menurut Hewitt (1981), yaitu mempelajari atau mengajarkan sesuatu untuk mempengaruhi perilaku seseorang dengan mengungkapkan perasaan sehingga dapat menjelaskan perilaku sendiri atau perilaku orang lain untuk menyelesaikan sebuah masalah dengan sebuah tujuan tertentu

demi menurunkan ketegangan dan menyelesaikan konflik juga dapat menstimulasi minat pada diri sendiri maupun orang lain.

Komunikasi adalah suatu proses dari pertukaran sebuah ide dan gagasan dengan menggunakan bahasa sebagai sarannya, sehingga komunikator tidak hanya dimaknai sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan saja, melainkan komunikasi dapat juga dikatakan sebagai proses produksi pesan. Dalam perspektif komunikasi, dikenal istilah *transmission school*, yang merupakan sebuah pandangan, bahwa dalam komunikasi terdapat proses pengirim dan penerima melakukan *encoding* dan *decoding* dan bagaimana *transmitter* memakai *channel* dan media komunikasi menggunakan istilah seperti *efisiensi* dan *akurasi*. Bila efek komunikasi tidak sesuai dengan yang diharapkan pengirim, maka di cari letak kegagalan, studi komunikasi dipandang sebagai proses ketika seseorang mempengaruhi perilaku dan *state of mine* orang lain, melihat pesan adalah sesuatu yang ditransmisikan oleh proses komunikasi, pesan merupakan apa yang diletakkan oleh pengirim didalamnya dengan makna apapun ( Fiske, 1990: 1-2 ).

Proses komunikasi menurut Effendi (1994) di bagi menjadi 2, yaitu proses komunikasi primer dan sekunder. Antara lain proses komunikasi primer yaitu proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan

dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat atau mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Sedangkan proses komunikasi sekunder, yaitu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertamanya.

Menurut Hikam dalam Latif dan Ibrahim, Ed ( 1996: 81) Bahasa bukan diterima secara apa adanya, tetapi ditanggapi sebagai perantara bagi pengungkapan-pengungkapan maksud-maksud dan makna-makna tertentu. Wacana adalah suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subjek yang mengemukakan suatu pernyataan (Sobur, 2006: 22). Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyataannya semuanya dibangun dalam definisi subjektif melalui proses interaksi. Objektivitas baru bisa terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi subjektif yang sama.

Pada tingkat generalitas yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolik yang universal, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang memberi legitimasi dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupan (Sobur, 2006: 91) Sehingga dari pengalaman sosial serta latar belakang budaya sangat menentukan bagaimana suatu pesan diartikan atau dimaknai oleh

dimaknai berbeda oleh orang yang mempunyai pengalaman sosial dan latar belakang budayanya. Itu sebabnya dibalik bahasa komunikasi banyak sekali memproduksi makna-makna yang tersembunyi yang dapat digali. Dalam melakukan proses komunikasi media komunikasi dapat mengatasi berbagai rintangan baik itu berupa jarak maupun waktu karena memiliki kecepatan dan dapat melakukan secara serentak. Jadi, media komunikasi itu dapat diartikan sebagai media yang dapat digunakan dalam proses pentransferan pesan baik itu berupa gambar, informasi maupun suara kepada khalayak yang bersifat missal.

Proses dari sebuah komunikasi sangatlah diperlukan sebuah media yang dapat menerjemahkan pesan dari komunikator kepada komunikan, agar pesan yang disampaikan dapat sampai dan dimengerti oleh komunikan yang diwakilkan melalui sebuah media. Sehingga dapat dikatakan bahwa media adalah sebuah jembatan yang dapat menghubungkan komunikator dan komunikan.

Denis McQuail dalam bukunya *McQuail's Mass Communication Theory, 4<sup>th</sup> Edition* (2002), yaitu:

- Media adalah jendela yang memungkinkan kita untuk melihat fenomena yang terjadi melebihi lingkungan dekat kita.

- Media menjadi platform atau pembawa yang menyalurkan informasi, komunikasi interaktif yang meliputi umpan balik kepada khalayak.
- Media merupakan penyaring yang menyaring bagian-bagian pengalaman dan berfokus pada lainnya.
- Media adalah cermin yang memantulkan realitas kita kepada kita kembali.
- Media merupakan pembatas yang menghalangi kebenaran (Junaedi,2007:16).

Sehingga dalam menyampaikan sebuah pesan, tidak terlepas dari peranan sebuah media dan secara tidak langsung kita juga tidak bisa lepas dari adanya sebuah media yang ada di sekitar kita. Melalui sebuah media juga, tiap individu akan memperoleh masukan informasi tentang sesuatu yang baru dan menjadikan tiap-tiap individu yang mengkonsumsi sebuah media tersebut mengambil sikap atas informasi dan pesan-pesan yang terkandung dalam sebuah media tersebut. Apa yang ada di sekitar kita dan dalam melakukan aktifitas sehari-hari, kita pun sangat tergantung pada sebuah media.

Mengenai hubungan yang potensial antara media massa dengan norma, DeFleur menunjuk karya Lazarsfeld dan Merton tentang fungsi media dalam memperkuat norma. Dikatakannya bahwa media berpotensi secara perlahan-lahan dan mengikuti norma umum yang berkaitan dengan

cita rasa dan nilai, ketimbang membawanya ke bentuk-bentuk baru. Tetapi kadangkala media massa menggalakkan bentuk-bentuk baru dari perilaku yang diterima oleh masyarakat secara luas. Dengan kata lain, dalam situasi-situasi tertentu media massa menciptakan norma-norma budaya baru.

## 2. Desain Komunikasi Visual

Komunikasi visual mempergunakan media publisitas yang dipergunakan untuk mengadakan hubungan dengan publik, yang dapat ditangkap dengan indera mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan (Kusrianto, 2007: 10). Efek yang dihasilkan tergantung dari tujuan yang ingin disampaikan oleh penyampai pesan dan juga kemampuan dari penerima pesan untuk menguraikannya dan pada dasarnya komunikasi visual sebagai istilah penggambaran untuk proses pengolahan media dalam berkomunikasi mengenai pengungkapan ide atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau yang bisa terlihat.

Menurut Widya (2005:5) komunikasi visual (*visual communication*) ialah komunikasi yang berhubungan dengan bahasa visual, dimana unsure dasar bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian komunikasi) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat

demikian desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi menggunakan kreatif, teknik dan media untuk menyampaikan pesan dengan gagasan secara visual, termasuk audio dengan mengolah elemen desain grafis berupa bentuk dan gambar, huruf dan warna serta tata letaknya, sehingga pesan dan gagasan dapat diterima sasarannya (kuncoroaji:2005:kuncoroaji.wordpress.com)

Komunikasi visual memiliki beberapa teori dasar yang dapat digunakan sebagai patokan dalam menjalankan fungsinya, yaitu teori sensual (gestalt dan konstruktivisme) dan perseptual (semiotika dan kognitif). Dalam penelitian ini lebih condong ke arah teori dasar sensual yang lebih mengutamakan teori dari Gestalt yaitu sebuah teori yang menjelaskan proses persepsi melalui pengorganisasian komponen-komponen sensasi yang memiliki hubungan, pola, ataupun kemiripan yang menjadi kesatuan. Teori yang dibangun oleh tiga orang, Kurt Koffka, Max Wertheimer, and Wolfgang Kohler menyimpulkan bahwa seseorang cenderung mempersepsikan apa yang terlihat dari lingkungannya sebagai kesatuan yang utuh. Analisis dari suatu gambar harus dimulai dengan konsentrasi kepada bentuk-bentuk yang secara alamiah muncul dalam gambar. Warna, bentuk, kedalaman, dan pergerakan adalah karakteristik dasar dari suatu gambar yang memberitahu otak. Gestalt mengajarkan komunikator visual untuk menggabungkan unsure-unsur dasar tersebut menjadi keseluruhan yang bermakna (<http://dgi-indonesia.com/aplikasi-prinsip-gestalt-pada-media-desain-komunikasi-visual>). Karena teori gestalt

dengan jelas menunjukkan bahwa otak adalah organ yang kuat mengklarifikasi materi visual dalam kelompok diskrit, menyimpulkan bahwa apa yang kita lihat ketika melihat sebuah gambar adalah modifikasi oleh apa yang telah kita lihat di masa lalu dan apa yang ingin kita lihat dahulu dengan apa yang kita ingin lihat saat ini.

Menurut Christine Suharto Cenadi seorang Dosen Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain - Universitas Kristen Petra mengatakan bahwa dalam perkembangannya selama beberapa abad, desain komunikasi visual mempunyai tiga fungsi dasar, yaitu sebagai sarana identifikasi, sebagai sarana informasi dan instruksi, dan yang terakhir sebagai sarana presentasi dan promosi.

**a. Desain Komunikasi Visual sebagai sarana identifikasi**

Fungsi dasar yang utama dari desain komunikasi visual adalah sebagai sarana identifikasi. Identitas seseorang dapat mengatakan tentang siapa orang itu, atau dari mana asalnya. Demikian juga dengan suatu benda atau produk, jika mempunyai identitas akan dapat mencerminkan kualitas produk itu dan mudah dikenali, baik oleh produsennya maupun konsumennya.

**b. Desain Komunikasi Visual sebagai sarana informasi dan instruksi**

Sebagai sarana informasi dan instruksi, desain komunikasi

yang lain. Informasi akan berguna apabila dikomunikasikan kepada orang yang tepat, pada waktu dan tempat yang tepat, dalam bentuk yang dapat dimengerti, dan dipresentasikan secara logis dan konsisten. Simbol-simbol yang kita jumpai harus bersifat informatif dan komunikatif, dapat dibaca dan dimengerti oleh orang dari berbagai latar belakang dan kalangan. Inilah sekali lagi salah satu alasan mengapa desain komunikasi visual harus bersifat universal.

Kualitas visual sangat tergantung dengan nilai-nilai keindahan atau sering di sebut dengan nilai estetika. Estetika visual biasanya dalam unsure bentuk, dan dapat di deskripsikan bahwa bentuk membantu dlm menciptakan suasana dan keharmonisan pandangan.

**c. Desain Komunikasi Visual sebagai sarana presentasi dan promosi**

Tujuan dari desain komunikasi visual sebagai sarana presentasi dan promosi adalah untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (atensi) dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat; contohnya poster. Penggunaan gambar dan kata-kata yang diperlukan sangat sedikit, mempunyai satu makna dan mengesankan. Umumnya, untuk mencapaitujuan ini, maka gambar dan kata-kata yang digunakan bersifat persuasif dan menarik, karena

Bahasa komunikasi visual yang ditawarkan adalah melukis atau menggambar sebagai bentuk visual yang sudah dikenal dan dapat dikerjakan oleh banyak orang. Dalam hal ini mural lebih pada bentuk informasi dan intruksi sosial karena dalam mural ini Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan dengan memanfaatkan ruang publik yang ada.

### 3. Mural di dalam Ruang Publik

Ruang publik saat ini sangat sering sekali digunakan produsen sebagai tempat untuk media promosi, karena dapat langsung berberkomunikasi atau berinteraksi dengan masyarakat. Ruang publik adalah ruang dalam suatu kawasan yang dipakai masyarakat penghuninya untuk melakukan kegiatan kontak publik. (Whyte dalam Carmona dkk. 2003). Ruang publik dapat berbentuk *cluster* maupun *linier* dalam ruang terbuka maupun tertutup. Menurut Whyte dalam Carmona (2003) ruang publik yang bisa berfungsi optimal untuk kegiatan publik bagi komunitasnya, biasanya mempunyai ciri-ciri antara lain : merupakan lokasi yang strategis (sibuk), mempunyai akses yang bagus secara visual dan fisik, ruang yang merupakan bagian dari suatu jalan (jalur sirkulasi), mempunyai tempat untuk duduk – duduk, dinding atau pagar rendah, kursi dan bangku taman, ruang yang memungkinkan penggunaanya dalam



tertata dan indah, menjadikan nilai *plus* untuk menghiasi sebuah dinding bangunan.

Kehadiran mural sangat memiliki potensi besar karena efek ilusif dari gambar dapat dijadikan untuk mengubah atau memperbaiki ruang arsitekturnya. Mural juga dapat berfungsi sebagai perekat sosial dalam kelompok masyarakat yang dengan mudah mengalami disintegrasi karena berbagai kepentingan, baik dari segi politik, ekonomi, dan agama. Dalam hal ini seni menjadi bahasa sosial yang tidak hanya dipahami oleh setiap orang namun juga dapat menjadi peredam dalam benturan interaksi sosial.

Di masa lalu manusia telah mengenal seni mural, dengan ditemukannya lukisan-lukisan di dinding gua. Dulu mural di temukan di Altamira (Spanyol) dan Lascaux (Perancis), sedangkan di Indonesia sendiri pernah di temukan di gua Leang-Leang Makasar, Maros Sulawesi Selatan dan serta beberapa gua di Papua. Perkembangan Lukisan mural dapat menggambarkan pengalaman atau keadaan di sekitar gambar itu di buat dan menjadi salah satu ikon dan media untuk menyampaikan ide-ide perjuangan, nasionalisme dan realitas sosial maupun politik dalam sejarah dunia.

Di Indonesia sendiri mural juga mengalami kemajuan, para seniman mural ingin lebih mendekat kepada khalayak yang lebih luas dan memberi pesan menyesuaikan keadaan sekitarnya. Menurut Eko Prawoto, tema yang lebih bervariasi dapat ditemukan dalam diskusi bersama dengan

Dalam perspektif seni ini dapat menjadi ruang sosial untuk

memperkuat kebersamaan. Warga bisa didorong untuk kerja bersama lebih nyata lagi pada kerja bersama mewujudkan mural tersebut (Prawoto, 2008:8).

Saat ini mural tidak jauh berbeda seperti yang ingin disampaikan kepada khalayak, peristiwa atau pengalaman dari sang seniman ingin di gambarkan melalui mural tidak hanya ditekankan pada pesan subjek atau objek mural saja. Peristiwa mural mengajak untuk mengingat kembali apa yang telah dilupakan melalui gambar visual yang di hasilkan dengan pesan sosial yang ditampilkan secara langsung dengan mengkritisi suatu permasalahan yang ada pada lingkungan masyarakat. Mural dapat dianggap sebagai karya seni karena pesan-pesan tersebut menjadi salah satu bentuk komunikasi kepada masyarakat luas. Inti dari berkomunikasi adalah proses penyampaian pesan melalui media tertentu. Mural menjadi pesan komunikasi yang efektif disebabkan mural menggunakan ruang publik dengan media dinding yang ada di sekitar, dengan warna-warna yang mencolok dan ukuran yang besar sehingga menarik perhatian orang yang sedang lalu lalang.

#### **4. Kritik sosial Kepemimpinan**

Permasalahan kepemimpinan saat ini sedang banyak menjadi perhatian media. Masyarakat sedang mencari-cari sosok pemimpin yang diindam-idamkan. Kepemimpinan merupakan masalah sosial yang di

yang dipimpin untuk mencapai tujuan bersama, baik dengan cara mempengaruhi, membujuk, memotivasi dan mengkoordinasi yang di pimpinnya.

Kepemimpinan itu harus selalu dikaitkan dengan 3 hal penting, yaitu:

- a. Kekuasaan ialah kekuatan, otoritas dan legalitas yang memberikan wewenang kepada pemimpin untuk mempengaruhi dan menggerakkan bawahan untuk berbuat sesuatu.
- b. Kewibawaan ialah kelebihan, keunggulan, keutamaan sehingga orang mampu "mbawani" atau mengatur orang lain, sehingga orang itu patuh pada pemimpin, dan bersedia melakukan perbuatan-perbuatan tertentu.
- c. Kemampuan ialah segala daya, kesanggupan, kekuatan dan kecakapan ketrampilan teknis maupun sosial, yang dianggap melebihi dari kemampuan anggota bisa (Kartono, 1990: 31).

Kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi perilaku seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu pada situasi tertentu. Kelebihan-kelebihan itulah yang dapat membuat seorang pemimpin di ikuti oleh seluruh anggotanya, baik kelebihan di bidang moral dan akhlak, semangat, ketajaman inteligensi, kepekaan terhadap

sehingga dapat bertanggung jawab dengan segala keputusan juga pilihannya untuk kebaikan sekelilingnya. Kepemimpinan dalam segala bidang selalu dikaitkan dengan kebijakan yang nantinya digunakan sebagai acuan bagi para bawahannya, atau dalam konteks ini adalah masyarakat. Kebijakan yang berlaku ini, sangat berimplikasi pada pelaksanaannya di dalam masyarakat yaitu implikasi yang bersifat positif dan implikasi yang bersifat negatif. Secara eksplisit, implikasi positif dapat mendukung terselenggaranya kepemimpinan yang seperti diharapkan oleh masyarakat, tetapi jika implikasinya negatif tentu akan menimbulkan kritik sosial kepada proses kepemimpinan yang sedang berlangsung.

Menurut Akhmad Zaini Abar mengatakan kritik sosial adalah salah satu bentuk komunikasi dalam masyarakat yang bertujuan atau berfungsi sebagai control terhadap jalannya sebuah sistem sosial atau proses masyarakat. Dalam konteks inilah kritik sosial merupakan salah satu variable penting dalam memelihara sistem sosial. Berbagai tindakan sosial ataupun individual yang menyimpang dari order sosial maupun order nilai moral dalam masyarakat dapat di cegah dengan memfungsikan kritik sosial. Dengan kata lain, kritik sosial dalam hal ini berfungsi sebagai wahana untuk konservasi dan reproduksi sebuah sistem sosial atau masyarakat (Mas'oed, 1999: 47)

Masyarakat yang sadar akan kondisi sosial yang berimplikasi

mereka sangat representative. Media ini merupakan salah satu bentuk dari proses komunikasi dari kritik sosial yang disampaikan. Dengan memanfaatkan ruang publik, media komunikasi visual dalam bentuk mural adalah media yang representative untuk membangun komunikasi dalam proses kritik sosial pada kepemimpinan.

Keragaman tradisi kritik memiliki tiga keistimewaan pokok, yaitu yang pertama, tradisi kritik mencoba memahami sistem yang sudah dianggap benar, struktur kekuatan dan keyakinan atau ideologi yang mendominasi masyarakat, dengan pandangan tertentu di mana minat-minat disajikan oleh struktur-struktur kekuatan tersebut. Kedua, para ahli teori kritik pada umumnya tertarik dengan membuka kondisi-kondisi sosial yang menindas dan rangkaian kekuatan untuk mempromosikan emansipasi atau masyarakat yang lebih bebas dan lebih berkecukupan. Ketiga, menciptakan kesadaran untuk menggabungkan teori dan tindakan (Littlejohn, 2009 : 68) Dalam kajian komunikasi, para ahli kritik umumnya tertarik dengan bagaimana pesan memperkuat penekanan dalam masyarakat, menurunkan minat-minat kelompok atau kelas-kelas tertentu.

Menurut Dani Yuniarto yang di tulis oleh Hendra Himawan bahwa mural pada jembatan layang yang menggambarkan karakter cerita Wayang Brayut, yang menurutnya sangat menarik jika dihadirkan kembali karena diposisikan sebagai cerminan kegelisahan serta kebingungan untuk mempercayai bahkan untuk memilih sosok atau figur seorang pemimpin,

(Sugiarto, 2008: 63). Kekuasaan yang dibawa oleh seorang pemimpin seakan belum mampu membawa negara dan masyarakat yang di dalamnya kearah yang lebih baik lagi dan seakan masih memihak pada kepentingan-kepentingan tertentu saja.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Metode penelitian kualitatif digunakan karena dalam penelitian ini untuk mengutamakan kualitas dari analisis. Metode penelitian kualitatif sendiri dapat diartikan sebagai sebuah deskripsi atau analisis terhadap fenomena yang tidak bergantung pada pengukuran sebuah variable, atau sebagaimana yang diterapkan dalam studi komunikasi yang bersifat kuantitatif.

Data kualitatif merupakan merupakan kumpulan dari himpunan data dan disajikan dalam bentuk verbal, yang menekankan dalam bentuk kontekstual. Menurut Burhan tujuan dari analisis kualitatif yaitu; untuk menganalisis proses berlangsungnya suatu fenomena dan memperoleh suatu gambaran yang tuntas terhadap proses tersebut. Kemudian untuk menganalisis makna yang ada dibalik informasi, data dan proses suatu fenomena sosial tersebut (Bungin, 2007:153).

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian deskriptif

## **2. Objek Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah mural yang dibuat oleh seniman Dani Yunarto sebagai media komunikasi visual dalam menyampaikan kritik sosial kepemimpinan. Penelitian ini difokuskan pada tiga karya dari Dani Yuniarto yang menampilkan sosok budaya yang di tampilkan pada jaman sekarang. Dua karya yang ditempatkan pada tiang penyangga jembatan layang Lempuyangan dan satu karya Dani yang dibuat dalam workshop *Binnale* di Taman Budaya Yogyakarta. Seniman mural yang sedang aktif di bidang seni rupa khususnya ruang publik dan bernaung pada satu organisasi seni rupa dari apotik komik.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

Digunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data. Masing-masing teknik tersebut saling melengkapi satu sama lain. Adapun teknik yang digunakan tersebut adalah:

### **a. Studi Pustaka / Dokumentasi**

Studi Pustaka merupakan salah satu metode pencarian data lewat buku-buku, majalah, artikel yang memuat berita tentang inti penelitian. Selain media cetak, studi pustaka juga bisa dilakukan melalui internet, karena objek penelitian adalah sebuah proses kemasyarakatan yang terjadi di masa lalu, maka



- a. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada,
- b. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi praktek-praktek yang berlaku,
- c. Membuat perbandingan atau evaluasi,
- d. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan yang akan datang ( Rakhmat, 1995: 25 ).

Adapun langkah-langkah analisis data dilakukan sesuai dengan yang dikemukakan oleh Miles dan Hubermans, yaitu:

- a. Pengumpulan data

Data penelitian yang akan diperoleh dengan menggunakan beberapa teknik yang sesuai dengan model interaktif, seperti wawancara mendalam, pengamatan langsung atau observasi langsung, dan dokumentasi yang diperoleh dari penelitian.

- b. Reduksi data

Proses pemilahan dan pemusatan pada data yang relevan dengan permasalahan penelitian. Reduksi data dilakukan dengan membuat singkatan, mengkoda data, dan membuat

Menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi.

d. Kesimpulan

Permasalahan penelitian yang menjadi pokok pemikiran terhadap apa yang diteliti (Miles, Huberman, 1992: 20).

**5. Validitas Data / Triangulasi**

Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi dapat dibedakan menjadi empat macam, disesuaikan sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pemeriksaan yang menggunakan metode. Hal yang ingin dicapai antara lain dengan jalan, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan dengan menggunakan triangulasi metode. Teknik ini memanfaatkan penelitian atau pengamatan lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamatan

... .. dalam mengumpulkan data