

P U S A T     I N F O R M A S I     K O M P A S  
Palmerah Selatan 26 - 28 Jakarta, 10270  
Telp. 5347710, 5347720, 5347730, 5302200  
Fax. 5347743

=====  
KOMPAS Jumat, 05-05-2000. Halaman: 20

JEJAK SEJARAH DALAM POSTER  
Oleh Enin Supriyanto

ONGHOKHAM pernah menulis risalah tentang jiwa romantik yang mewarnai Nasionalisme Indonesia dan kaitannya dengan perkembangan gaya "Mooie Indie" dalam seni lukis Indonesia di awal abad 20 (Kalam, Edisi 3, 1994). "Mooi Indie" adalah pencitraan ideal, dan karena itu, romantik, tentang manusia Indonesia dan alamnya, yang serba ramah, tenang, gunung dan pantai hijau kebiruan, atau juga pemandangan berwarna-warni mempesona. Onghokham, mengikuti pemikiran Edward Said (Orientalism, 1979) menilai bahwa "Mooi Indie" adalah juga hasil konstruksi wacana yang dikembangkan dan diawetkan oleh penguasa kolonial. Dalam risalah itu, Onghokham mencatat bahwa pencitraan Soekarno yang juga penggemar lukisan "Mooi Indie"-- tentang sosok Marhaen yang mewarnai konsep nasionalisme-nya, hadir berhimpitan dengan pencitraan Indonesia yang romantik dan molek dalam lukisan "Mooi Indie".

Mengamati sejumlah poster di halaman ini, akan kita temukan semangat romantik yang serupa dengan lukisan "Mooie Indie" pada beberapa poster. Namun demikian, mengingat fungsinya, bahwa poster-poster ini dibuat untuk mempromosikan sesuatu, maka tentu saja ada idealisasi romantik yang sejak awal ingin ditampilkan. Maka bisa dinyatakan bahwa "Mooi Indie", juga dipasarkan oleh kapitalisme kolonial, atau setidaknya, sudah sejak masa kapitalisme kolonial, arti penting citra dalam soal pemasaran produk sudah disadari, dan citra itu adalah "Mooi Indie".

Maka, citra Bali dengan wanita molek bertelanjang dada menjunjung buah berlatar rimbunnya hijau pohon, gunung yang biru, pura, danau atau laut yang tenang sudah ditawarkan ke pasar pariwisata internasional sejak awal abad 20. Sedang dalam poster lain terlihat gadis (Indo?) dengan dandanan kain batik dan kemben dengan pundaknya yang terbuka, berikut perhiasan lengkap dari rambut hingga pergelangan tangan, sekuntum bunga di tangan, dan tentu saja latar belakang pemandangan alam yang "mooi". Itu untuk biskuit. Bagaimana dengan bir? Tentu saja: "jantan", sambil tidak melupakan arti penting identitas lokal agar merek bisa lebih cepat dikenal. Maka keris berukir hadir bersanding dengan botol bir dan segelas penuh bir dengan buih yang mumbung. Ibu rumah tangga yang senyum bahagia, tampil untuk produk mesin jahit. Untuk sepeda impor, tampil pemuda berpakaian lengkap: pantalon, jas, kemeja, dasi dan sepatu pantofel, sambil rokok terselip di jari, berdiri gagah bertelekan sepedanya. Urusan pencitraan "identitas lokal" bisa juga menyentuh identitas kelompok--soal yang sekarang bisa jadi sangat peka--seperti merek "Bulan-Bintang" untuk tembakau dengan tambahan sosok (santri?) yang sedang berjongkok melinting rokok. Imbuhan peringatan bukan berisi pesan "bahaya merokok" (bukankah rokok kretek dulu dianggap obat?), tetapi soal "bahaya" produk dan merek palsu.

Pada beberapa poster yang lain, citra romantik nasionalisme juga tampil mengikuti semangat nasionalisme populis ala fasis. Soal pengaruh fasisme dalam kehidupan masyarakat Indonesia ini, bolehlah

dipinjam telaah YB Mangunwijaya tentang pengaruh yang mendalam dari masa singkat pendudukan Jepang di Indonesia (Menuju Republik Indonesia Serikat, 1999). Meski mengakui bahwa soal warisan fasisme Jepang ini butuh kajian yang kritis, Romo Mangun juga cukup meyakini bahwa praktik kekuasaan dan kehidupan sosial bernuansa fasis yang berlangung kental di masa Orde Baru bukanlah perkara kebetulan.

Bandingkanlah, misalnya, tampilan visual dan verbal dalam tiga poster berikut ini. Dalam poster lowongan kerja untuk bergabung dengan legiun polisi Belanda (1912) ditampilkan sosok Kaukasian yang gagah berseragam, berselempang bedil, mengendarai sepeda. Di latarbelakang terlihat jajaran pasukan yang rapih bersepeda, sedang di sisi seberangnya tampil orang-orang sipil bangsa jajahan yang ramai berniaga berikut nyiur dan pepohonan lain di kejauhan.

Yang menarik, poster ini tidak hanya menawarkan citra gagah polisi kolonial tetapi yang lebih mencolok adalah janji gaji dan jaminan pensiun yang bisa diperoleh. Sedang pada poster "Tentara Rakjat" (sangat mungkin disiarkan untuk keperluan propaganda TRI untuk mendapat dukungan rakyat semasa "perang gerilya" 1945-1949), dibuat dengan teknik stensil semprot sederhana, citra yang ditampilkan senilai dengan "ABRI Manunggal dengan Rakyat" dari zaman Orde Baru. Sedang pada poster dari masa pendudukan Jepang, tokoh pemuda ditampilkan berteriak penuh semangat untuk memobilisasi rakyat dengan pesan yang sungguh luas, dari menjaga kesehatan sampai soal rajin bekerja, dari soal "mengatur batin" hingga soal "menyiarkan Nippon-Go". Yang satu menawarkan penghasilan, yang lainnya menawarkan "ideologi" kerakyatan dan semangat "pembangunan Asia Raya": mitos.

Masih banyak hal yang bisa dikaji dari berbagai jenis karya seni rupa yang pernah hadir di Indonesia. Selebar gambar dapat bercerita banyak, kata orang. Untuk itu tentu diperlukan kajian yang tekun dan teliti. Atau paling tidak, bisa dimulai dengan dokumentasi yang baik. Jika sastra Indonesia punya HB Jassin meskipun Pusat Dokumentasi Sastra yang dibangunnya kini perlu perhatian serius untuk diselamatkan dan dikembangkan, senirupa Indonesia punya siapa?

\* Enin Supriyanto, Anggota Dewan Kurator Bentara Budaya

Catatan:

Semua poster direproduksi dari buku kalender "Boeatan Indonesia Asli, Vintage Indonesian Advertising & Graphic Design Revisited", LeBoYe Creations, Jakarta 1997.

Foto:

1. Promosi Bali

The Travellers Official Information Bureau of the Netherlands Indies, Batavia Poster, 62 x 92 cm, 1938 Artis: E. Korver

2. Lowongan

Poster, Indisch Leger Enamel, 1912

3. Biskuit Huntley & Palmers

Poster, Kertas, 1930

4. Bercocok Tanam

Poster, 1912

5. Kris Beer

Poster Publikasi: Weerzien Met Indie

6. Tentara Rakyat

Poster Publikasi: Weerzien Met Indie

7. Mesin Jahit

Poster, Singer

Enamel, 32 X 24 cm