

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, 01-08-2003. Halaman: 48

SELEMBAR POSTER DAN RUANG DEMOKRASI

Enin Supriyanto

STEVEN Heller, editor AIGA Journal of Graphic Design, pernah mengemukakan kekagumannya akan kehebatan selembaar poster. Bukan sembarang poster. Ini karya maestro seni poster Polandia, Tadeusz Trepkowski. Poster ini menampilkan siluet bom atom melayang dengan latar biru langit dan dalam siluet itu tampak reruntuhan Kota Warsawa yang muram. Agak ke pojok kanan bawah tertulis: NIE! (Tidak!). Steven Heller menulis: "(Poster ini) dengan caranya sendiri berhasil menghadirkan horor Perang Dunia II setara dengan kebekuan yang hadir dari foto-foto tentang hal yang sama yang dimuat di majalah Life atau majalah lainnya di Amerika (Poster ini) bukan sekadar gambaran sikap antiperang, tapi juga testamen tentang seni-seni poster-dan daya penyelamatan (umat manusia) yang bisa diembannya."

Sekarang ini lumrah diterima bahwa poster adalah sejenis kerja kreatif seni rupa yang berkait dengan kegiatan propaganda atau kampanye masalah-masalah sosial-politik. Hal ini jelas terlihat dari poster-poster yang tampil dalam dua pameran poster, yang memicu kajian ringkas tentang sejarah poster dalam esai ini.

Yang pertama, Pameran Poster "Melihat Indonesia Damai" yang menampilkan karya-karya perancang grafis dari Forum Desainer Grafis Indonesia (FDGI, Bentara Budaya Jakarta, 6-14 Juni 2003).

Kedua, Pameran Poster "Menyerang Kekerasan Kaum-Kanan" (Goethe Institut, Jakarta, 16 Juli-7 Agustus 2003), menampilkan poster-poster karya mahasiswa berbagai perguruan tinggi di Jerman, hasil seleksi dari kompetisi yang diadakan oleh Alliance Graphique Internationale (AGI).

Poster-poster yang tampil dalam kedua pameran ini bisa jadi titik berangkat untuk menyelidiki perkembangan peran dan fungsi "sosial-politik" poster, peran yang tidak serta merta saja melekat dan hadir di setiap lembar poster. Mengkaji sejarah perkembangan poster-khususnya di Eropa dan Amerika Serikat, tempat munculnya seni poster modern sejak akhir abad 19-akan dapat memberikan pemahaman tentang ruang sosial tempat tumbuhnya seni poster. Kemudian, sedikitnya dapat dipahami juga mengapa seni poster tak pernah benar-benar berkembang beriringan dengan seni rupa modern atau kontemporer di Indonesia.

"Belle Epoque": poster dan kota

Adalah Perancis, khususnya Kota Paris, di akhir abad 19 hingga beberapa dekade awal abad 20, yang menjadi pusat perkembangan poster modern. Penulis Perancis Guillaume Apollinaire menggambarkan hubungan berbagai jenis publikasi modern dan kehidupan Kota Paris masa itu: "Katalog, poster, dan berbagai pamflet iklan. Percayalah pada saya, semua ini adalah puisi zaman (modern) kita." Seni (man) poster benar-benar mendapat peran penting dalam dinamika kehidupan kota di masa itu.

Awalnya, ini dipicu oleh perkembangan teknik cetak warna litografi yang sudah berkembang sejak abad 18. Seniman cetak grafis Jules Cheret dengan litografi multiwarnanya membangkitkan gairah

seniman sezamannya untuk menjelajahi kemungkinan baru dalam seni poster. Pamflet dan poster sebelum inovasi Cheret kebanyakan hanya berukuran kecil dan dipenuhi teks. Cheret mengubah semua itu: poster menjadi sangat pictorial, didominasi gambar dan teks jadi menciut porsinya.

Tapi, tentu saja ada gerak sosio-ekonomi, faktor yang lebih mendasar, yang ikut mendorong perkembangan seni poster ini. Sejak akhir abad ke-19, industrialisasi memicu produksi barang-barang konsumsi, tempat berpijak jasa periklanan modern. Kehidupan kota, yang tumbuh jadi pusat kesibukan modernisasi, dipenuhi acara hiburan bagi kelas menengah baru, menyediakan pentas luas juga bagi seni (man) poster.

Melalui karya-karya Henri de Toulouse-Lautrec, seni poster ikut mengisi khazanah perkembangan seni rupa modern Barat sampai paruh awal abad ke-20. Poster karyanya untuk panggung hiburan Moulin Rouge (1898) dengan stilisasi sosok gemulai artis Jane Avril, dengan warna cerah dalam bidang-bidang lebar, dianggap memberi pembaruan pada poster: masuknya cita rasa artistik seni rupa modern ke dalam bidang komunikasi massa dan niaga.

Sampai awal abad ke-20, Toulouse-Lautrec dan rekan-rekan segenerasinya membanjiri kota-kota penting Eropa dengan poster bercorak Art Nouveau. Sebagian besar seniman poster terkemuka dari masa serba indah ini, Belle Époque, hidup dan berkarya di Paris, melahirkan berbagai varian Art Nouveau yang memperkaya corak seni rupa modern Barat.

Seni poster ini menyebar ke seluruh Eropa, bahkan hingga ke Amerika Serikat dan hadir di baris depan budaya masyarakat urban. Di Perancis, adalah café dan dunia hiburan, lengkap dengan produk rokok dan alkoholnya, menjadi pihak pemesan poster yang paling aktif. Di Italia, peran ini diambil oleh kelompok opera dan industri fashion. Di Spanyol, pertunjukan adu banteng dan berbagai festival kota; di Belanda, dunia penerbitan sastra dan produsen alat-alat rumah tangga; di Jerman, berbagai pameran dagang dan majalah; di Inggris dan Amerika, berbagai penerbitan jurnal sastra dan pentas sirkus. Sebuah risalah menyebutkan bahwa ada masanya ketika kota Paris, Milan, Berlin, Madrid, menjadi galeri seni yang panjang dan berliku di sepanjang jalan-jalan rayanya.

Atau, bayangkanlah sebuah kota yang meriah di akhir abad ke-19, seperti Paris, dengan berbagai koridor arkade yang begitu memukau perhatian Walter Benjamin itu. Dalam kumpulan fragmen, kutipan, dan komentarnya, *The Arcades Project*, adalah kemeriahan lorong-lorong arkade dan bulevar Kota Paris yang dijadikan model dan pusat perhatian Walter Benjamin untuk memeriksa dinamika modernitas dari kapitalisme awal. Benjamin, meminjam deskripsi dari Baudelaire, menjelaskan tentang *flâneur*, jalan-jalan, yang dilakukan seorang pelancong kota, *flâneur*, yang menyusuri arkade. Ia hanyut bersama kerumunan orang yang lalu-lalang di sepanjang arkade, lorong beratap kaca dengan berbagai toko, café, dan segala rupa ruang pameran di kedua sisinya.

Lorong-lorong itu adalah tempat bermuaranya nilai-nilai modernitas yang penuh paradoks dan ironi, ruang dialektika masyarakat modern. Sebuah ruang yang tidak di luar, tidak di dalam; eksterior, tapi juga interior; pembujuk yang menggoda dan memanjara konsumen dengan segala komoditas yang ditawarkan toko-tokonya, juga pintu gerbang yang menawarkan utopia tentang masa makmur serba berlimpah.

Secara arsitektural tempat ini adalah tempat yang aman: ia meredam riuh kereta dari arah lebu di kedua ujungnya, menangkap cahaya Matahari tapi meredam suhu panasnya, menepis salju, hujan, becek, atau debu dari jalan raya.

Maka, dinding-dinding marmer dalam lorong arkade, jendela-jendela tokonya, adalah tempat terbaik bagi poster-poster. Seorang pelancong

dan pejalan kaki yang paling terburu-buru sekalipun akan punya cukup ruang dan waktu untuk menangkap pesan yang ditawarkan poster-poster itu. Lembar-lembar poster pun bisa bertahan cukup lama, terlindung dari panas, hujan, atau debu dan-tak kalah penting-vandalisme.

Inilah kualitas ruang arsitektural dan ruang sosial yang mutlak dibutuhkan bagi kehadiran poster di tempat-tempat umum.

Memasuki awal abad ke-20, Belle Epoque mulai kehabisan energi kreatifnya. Toulouse-Lautrec meninggal dunia (1901). Gaya Art Nouveau sudah begitu dominan, jenuh, dan akhirnya macet. Pembaruan yang penting baru terjadi di awal tahun 1920-an ketika Adolphe Mouron Cassandre (1901-1968) menghadirkan poster-poster transportasi pariwisata dalam corak Art Deco. Karya-karya Cassandre yang bercorak semi-abstrak dan geometris, menghadirkan profil kapal laut atau kereta api yang megah, adalah pencitraan sempurna optimisme kaum modernis akan janji kemakmuran dunia industri.

Cassandre adalah seniman pop dari dunia komersial yang meriah di awal abad 20. Ia menyerap seluruh khazanah pemikiran dan gaya seni rupa yang ditawarkan kaum garda-depan, dari Kubisme, Surealisme, hingga Futurisme, untuk diabdikan bagi kepentingan komersial. Suatu kali, ia menjelaskan: "Poster memang untuk dilihat di jalan. Poster sepantasnya menjadi pemadu arsitektur kota, memperkaya fasad-nya yang membentang ituà . Poster pantasnya diproduksi massal, seperti pena atau mobil. Dan, seperti kedua benda itu, poster dirancang untuk menjawab kebutuhan tertentu. Poster punya tugas komersial yang jelas."

Cassandre tidak sekadar sedang bertutur tentang peran dan fungsi poster. Ia sedang menjelaskan arti penting dunia niaga dan industri sebagai patron yang membutuhkan sekaligus menghidupkan poster. Dan, ketika dunia niaga dan industri ini ambruk terimpit dua Perang Dunia, poster bisa tetap hidup dan mengambil peran baru, dibawah patron barunya: negara dan pemerintah.

Antara dua perang: poster dan propaganda

Perang Dunia I (1914) memantik energi lain dari lembar poster: propaganda. Poster muncul untuk membawa pesan penggalangan dana lewat penjualan surat berharga oleh negara, perekrutan kaum muda untuk jadi tentara, mendorong partisipasi sipil dalam berbagai kegiatan bela negara, ajakan untuk memacu produksi, dan tentu saja, mengajak publik menghujat kejahatan musuh.

Kebutuhan untuk menyampaikan pesan yang langsung dan tegas dalam propaganda akhirnya hanya memberi tempat bagi corak gambar realis sederhana atau bahkan kasar. Peran penting ada pada teks yang keras dan sloganistis. Perhatikan, misalnya, karya James Montgomery Flagg (1877-1960), dengan sosok Paman Sam yang menunjuk, dan di bagian bawahnya tertulis: "I Want You for US Army", serta anjuran untuk segera menghubungi tempat pendaftaran terdekat. Poster dengan gaya dan pesan semacam ini bertebaran di negara-negara yang terlibat perang.

Produksi besar-besaran poster di masa perang ini, khususnya di Amerika Serikat, dengan jelas menunjukkan kuatnya dukungan lembaga-lembaga pemerintah. Sedemikian pentingnya propaganda dan diseminasi wacana patriotisme yang dibutuhkan dalam masa perang dan konflik ini sehingga dibentuk Kantor Informasi Perang AS, Agustus 1942. Lembaga ini membentuk Biro Publikasi Grafis yang menghimpun seniman untuk merancang dan menyiapkan bahan publikasi grafis, khususnya poster, untuk berbagai badan pemerintahan AS. Tak kurang dari Archibald MacLeish, penyair yang dikagumi Chairil Anwar itu, pernah memimpin biro ini.

Patronase politik dan pesan-pesan propaganda resmi pemerintah/negara dalam poster juga terjadi di Jerman, Rusia, juga kemudian Cina, Kuba, dan sejumlah negara lain. Pemerintah dan negara yang baru terbentuk ini membutuhkan legitimasi dan sekaligus

mobilisasi massa.

Meskipun produksi poster termasuk berlimpah pada masa-masa krisis seperti ini, tak banyak pencapaian atau pembaruan artistik yang hadir dalam poster-poster di masa ini.

Pengecualian bisa diberikan untuk poster-poster dari periode yang singkat di Rusia awal 1920-an ketika El Lissitzky dan kawan-lawan menghadirkan "Konstruktivisme", ramuan baru kaum modernis Rusia atas aliran Kubisme-Futurisme yang sudah berkembang lebih awal di Eropa Barat. Poster-poster dari masa ini sudah mulai memanfaatkan fotografi dan proses cetak offset. Komposisinya berisi campuran gambar dan teks dalam tata serba diagonal, bertumpangsusun bagai rangka konstruksi bangunan pabrik. Inilah corak seni rupa yang ingin menampilkan citra gerak dinamis zaman itu.

Tapi, segera saja gaya yang menampilkan abstraksi dan tafsir personal ini dianggap tidak komunikatif dan tidak menunjukkan semangat juang kaum buruh dan tani. Seiring menguatnya kekuasaan Joseph Stalin, Konstruktivisme digeser oleh gaya resmi "realisme sosialis" dengan pencitraan serba "realistis"-yang tak jarang justru jadi serba romantis atau bahkan utopis-tentang hasil pembangunan Rusia. Tak ketinggalan, sosok Stalin sendiri mulai sering mendominasi poster-poster ini.

Hal serupa terjadi juga di Cina. Sejak awal kekuasaannya Partai Komunis Cina sudah mulai memanfaatkan poster untuk menyebarluaskan pesan-pesan resmi partai. Pada awalnya, tampak masih ada pengaruh simbolisme seni rupa tradisi dalam poster-poster ini. Tapi, seperti juga di Rusia, gaya semacam ini segera digantikan oleh gaya resmi "realisme sosialis" ala Cina: petani dan buruh yang berseri, dengan latar hasil panen melimpah dan pabrik-pabrik bercerobong menjulang. Dan, tentu saja, Ketua Mao dengan wajah tersenyum lebar.

Pengecualian hanya terjadi pada negeri sosialis Eropa Timur dengan tradisi seni poster yang sungguh unik: Polandia. Berbekal simbolisme dalam seni rupa tradisionalnya, komunitas kota yang rekat, maraknya dunia teater, dan juga lemahnya pengaruh garis keras Stalin, seniman poster Polandia berhasil mengembangkan corak artistik yang kaya dengan tafsir dan gaya personal senimannya hingga masa sekarang.

Dari luar Eropa Timur, Kuba juga menunjukkan kecenderungan lain. Tema perjuangan kaum buruh dan tani, sosok pemimpin, dan solidaritas Dunia Ke-Tiga hadir dalam citarasa "pop" dalam poster-poster Kuba. Kebebasan artistik yang cukup terbuka di masa singkat awal 1960-an telah memungkinkan masuknya informasi tentang corak seni rupa "pop" yang baru berkembang di AS. Dan juga, pemerintah Kuba sedang berusaha berdiri netral di jajaran negara Non-Blok, menjauh dari blok Rusia. Maka, Kuba tidak merasa perlu untuk mengadopsi corak kesenian "realisme sosialis" dari mana pun. Beberapa poster dari masa ini diproduksi dengan teknik sablon-teknik cetak kegemaran Andy Warhol-dalam warna-warni yang kontras dan cerah.

Demokratisasi dan poster

Melewati masa penuh konflik, poster seperti kehilangan peran pentingnya. Pada kasus AS ini jelas berhubungan dengan merosotnya kebutuhan pemerintah akan poster di masa pascaperang. Dari arah lain, memasuki awal 70-an, kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah cenderung terus berkurang. Protes atas Perang Vietnam (1965-1973) dan kasus Watergate (1973) di AS, misalnya, secara langsung memunculkan kesadaran baru pada masyarakat AS untuk aktif mengawasi pemerintahan. Pemilu, yang setelah Perang Dunia II, sampai akhir 60-an masih menjadi pemesan poster terbesar, terus menurun tingkat partisipasinya.

Inilah pola perkembangan yang ternyata terus berlanjut di tingkat global sampai saat ini: munculnya kekuatan-kekuatan baru dalam masyarakat yang mendinamisasi perkembangan demokrasi sosial. Banyak di antaranya, yang sekarang disebut sebagai LSM/Ornop, telah

berkembang menjadi komunitas transnasional dengan perhatian terhadap isu politik yang khusus: hak asasi manusia, hak perempuan, pengelolaan lingkungan hidup, hak konsumen, hak anak, hingga perlindungan terhadap hewan. Inilah kekuatan baru yang memperjuangkan isu "subpolitik" seperti dikemukakan Anthony Giddens dalam paparannya tentang "Jalan Ketiga" perkembangan demokratisasi sosial di tingkat global. Melalui jaringan tingkat lokal, regional dan transnasional, sering kali lembaga-lembaga ini mampu-secara lebih efektif dan legitimate-mendesakkan perubahan-perubahan kebijakan politik pemerintah/negara.

Dalam banyak kampanye mereka, kelompok-kelompok inilah yang masih memanfaatkan dan memunculkan "wibawa" poster. Walau tidak lagi menjadi media utama dalam suatu kampanye massa, poster masih bisa menjadi penyampai pesan di tempat-tempat kelompok pendukung mereka berhimpun. Atau, di banyak kota di Eropa yang masih menyediakan ruang dan waktu bagi kaum flâneur, poster ini masih bisa menyebar di tengah masyarakat kota.

Dibanding dengan masa sebelumnya, poster propaganda kontemporer jadi lebih mendekati gaya ungkap periklanan modern. Jika propaganda masa krisis punya karakter menghujat, mengganyang, dan instruktif, maka propaganda masa kini bersifat mengajak, persuasif, dan argumentatif. Ia menjadi penyampai argumentasi suatu wacana "subpolitik".

Dalam pola dinamika sosial inilah kita bisa memahami kehadiran poster-poster dalam pameran "Menyerang Kekerasan Sayap-Kanan" ini. Misalnya, kita dapat melihat adanya hubungan yang jelas antara wacana yang ingin disebarkan dan adanya kelompok sosial yang melahirkan dan mendukung wacana ini. Termasuk dalam hal ini, tentu saja, Pemerintah Federal Jerman yang secara resmi menempatkan perkara kekerasan Sayap-Kanan dan Neo-Nazi sebagai ancaman terhadap demokrasi. Tanpa kondisi dan ruang sosial-politik seperti ini akan sulit bagi kita untuk membayangkan bahwa poster-poster, yang secara lugas berkonfrontasi dan melawan kekerasan Sayap-Kanan ini, bisa tercipta dan hadir di ruang publik.

Di luar soal mutu karya, inilah hal mendasar yang membedakan poster-poster yang ada dalam paket pameran "Menyerang Kekerasan Sayap-Kanan" prakarsa AGI-Goethe Institut dan "Melihat Indonesia Damai" prakarsa FDGI.

Pertama, poster-poster karya FDGI itu sebenarnya masih berupa "rancangan poster", belum jadi poster "sungguhan" yang hadir di ruang publik secara massal. Kedua, kita tak tahu persis di mana kekuatan lembaga sosial yang menghadirkan, mendukung, atau memperjuangkan wacana "Indonesia Damai" dalam poster-poster itu, baik dari lembaga pemerintah/negara atau swadaya masyarakat. Hal ini, berakibat langsung pada soal ketiga ini: kedalaman dan ketajaman pesan yang ingin disampaikan melalui poster-poster itu. Wacana "Indonesia Damai" yang diajukan tak bisa menunjuk langsung apa dan siapa "musuh"nya, tak punya landasan untuk menjangkau wacana yang ingin dimenangkannya. Itulah sebabnya mengapa umumnya poster-poster dalam pameran FDGI berakhir pada "imbauan moral" yang normatif, ditujukan kepada sembarang orang, dengan kecenderungan pesan bernada sloganistis

Untuk masalah terakhir ini, soal utamanya bukanlah pada keterampilan menggambar atau membuat tampilan visual yang baik dan menarik. Tapi, lebih pada kekuatan argumentasi yang ingin disampaikan. Sebagian besar, untuk tidak mengatakan semua, terjebak pada ungkapan kata dan rupa yang klise tentang perdamaian. Daya persuasi dan argumentasi yang layaknya muncul dari sebuah poster propaganda kontemporer justru tertimbun oleh ungkapan-ungkapan klise ini. Kata "damai", burung merpati putih, dan berbagai simbolisasi dengan warna merah-putih adalah unsur-unsur yang komunikatif, tapi

sekaligus usang. Sebagai simbol dan metafor semua itu tak lagi punya kilau yang memukau.

Persoalan yang kurang lebih sama sebenarnya dihadapi oleh para mahasiswa perancang poster "Menyerang Kekerasan Kaum Kanan". Sosok musuh yang sudah begitu dikenal melalui atribut swastika Nazi, tangan menghormat ala Nazi, sepatu boot penerbang, atau bahkan kumis Hitler, adalah simbol-simbol yang dapat menjerumuskan setiap perancang dan seniman poster ke dalam jebakan klise.

Dalam banyak poster, hal ini tetap terjadi. Namun, cukup banyak juga yang berhasil menghindari jebakan klise ini dengan memanfaatkan kekuatan kejutan humor. Humor, sering kali merupakan pendekatan yang berguna dalam komunikasi massa. Pertama, karena humor, dengan kejutan yang dibawanya, hanya mungkin hadir jika ada semacam rumusan cara pandang baru atas suatu masalah. Humor mengedepankan ironi suatu perkara dan karenanya sering beriringan dengan hadirnya metafor segar yang terhindar dari klise. Kedua, humor melemahkan daya resistensi "lawan" atau sasaran penerima pesan. Ini adalah pilihan taktis agar pesan poster itu bisa menyusup ke dalam ruang kesadaran orang.

Dan, pada akhirnya-ini yang penting-bibit kesadaran baru ini, yang tersebar ke banyak orang, selayaknya dapat dihimpun menjadi kekuatan sosial yang mendesakkan berbagai perubahan. Tanpa kemampuan organisasi sosial seperti ini, komunikasi sosial berpesan apa pun dan dalam bentuk apa pun hanya akan jadi sampah di tengah lautan informasi global.

Untuk soal penting ini, tampaknya kita masih harus mengakui bahwa perkembangan unsur penguat sendi masyarakat madani dan demokrasi di Indonesia (parpol, juga LSM/Ornop, dan berbagai komunitas sejenis) masih lebih menyerupai amuba: besar jumlahnya karena selalu membelah diri, tapi tak berevolusi menjadi organisme yang canggih dan tangguh. Kondisi sosial-politik-kultural semacam inilah yang, meminjam penjelasan Werner Ruf dalam pengantarnya untuk pameran poster "Menyerang Kekerasan Sayap-Kanan" ini, cenderung memberi ruang bagi berlangsungnya "pembiasaan kekerasan dalam kehidupan sehari-hari".

Dibutuhkan lebih dari sekadar poster untuk melawan semua itu. Setiap lembar poster, untuk bisa sampai pada "daya penyelamatan"-nya-seperti yang dilontarkan Steven Heller di awal esai ini-sebenarnya menuntut komitmen sosial-politik-kultural yang jelas, kuat, dan meluas, melampaui luas bidang dinding yang dibutuhkan untuk menempelkannya.

Enin Supriyanto
Anggota Dewan Kurator Bentara Budaya Jakarta

(Esei ini adalah ringkasan dari makalah dalam diskusi pengiring Pameran Poster "Menyerang Kekerasan Sayap-Kanan", Goethe Institut, Jakarta, 25 Juli 2003)

Foto: 1

Istimewa

Judul: Nazi-Evolusi