

Kaos, Media Alternatif Sosialisasi Lukisan

7
YOGYA (KR) - Kaos, dalam pemahaman masyarakat, masih diposisikan hanya sekadar 'sandang'. Padahal, kaos bisa menjadi media alternatif untuk melakukan tawaran nilai. Bahkan, sekarang ini, banyak pelukis terkenal secara sengaja membuat kaos untuk melakukan sosialisasi karya.

Demikian ditegaskan Bambang Paningron, Pimpinan 'Jaran Ethnic', perusahaan kaos yang ikut mendukung acara 'Reriungan Bersama Pak Kayam', saat ditemui KR di Puri Gejayan Prayan, Selasa (27/2). Dikatakan Bambang, kaos sebenarnya media sangat fleksibel untuk melakukan berbagai tujuan, seperti media untuk iklan, pameran, propaganda.

Menurut Bambang, belakangan ini sudah muncul kesadaran baru, terutama bagi pelukis-pelukis yang sudah punya nama, yaitu sengaja membuat kaos untuk melakukan sosialisasi karya. "Bisa saja, karya lukisan itu belum pernah di-



KR-JAY

Bambang Paningron

pamerkan, tetapi sudah muncul dalam kaos," kata aktor teater ini. Tentu, kata Bambang, ini sesuatu yang baru, karena pelukis mencipta berangkat dari kesadaran melakukan sosialisasi. Tak hanya itu, membuat karya lukisan di kaos menjadi prestise tersendiri.

Beberapa pelukis yang membuat karya dengan media kaos itu, antara lain H Widayat, Djoko Pekik, Agung Kurniawan, Mella Jaarsma, Nasirun, Faizal, Agus Suwage.

Diakui Bambang, selama ini, ia memang 'meladeni' permintaan dan gagasan baru dari pelukis. Bahkan, dalam waktu dekat 'Jaran Ethnic' akan melakukan 'Pameran Lukisan dalam Kaos', khusus pelukis terkenal. "Beberapa pelukis terkenal, antusias untuk ikut serta," katanya. Terobosan ini, kata Bambang, menjadi menarik, bahwa lukisan tidak hanya bisa dihadirkan secara konvensional harus di atas kanvas, tetapi bisa di media kaos.

Dalam pengamatan Bambang, desain kaos di Yogya, pertumbuhannya sangat dahsyat. Hal ini terjadi karena persaingan antarperusahaan kaos begitu ketat. Salah satu bentuk persaingannya dengan menghadirkan desain yang eksklusif, memiliki karakter unik. Kondisi

ini sangat berbeda jauh dengan Jakarta, Bandung, Surabaya, Klaten. Bagi perusahaan kaos, kata Bambang, secara tidak langsung menumbuhkan persaingan positif, karena secara terus menerus dituntut untuk melakukan eksplorasi secara kreatif. "Eksplorasi kreatif sebagai tuntutan sekaligus per taruhan tawaran nilai," katanya.

Persoalannya, menurut Bambang, apakah desainer kaos bisa mengikuti dinamika zaman, atau justru tertinggal. Sebaiknya, desainer kaos yang eksklusif justru bisa membaca 'tanda-tanda zaman'. Kalau itu bisa dilakukan, siapa yang memakai kaos akan merasa bangga, tidak semata-mata sekadar sandang, tetapi apa yang dipakai untuk melakukan tawaran nilai. "Itu yang tidak bisa dilakukan sesaat, kalau perlu survei, pengamatan terhadap fenomena atau tanda-tanda zaman," tandasnya bersemangat. (Jay)-c