

PEMAKNAAN GARUDA PANCASILA MELALUI T-SHIRT “HIDUPLAH INDONESIA RAYA”

Rasuardie

ardie13@gmail.com | Institut Kesenian Jakarta

Abstrak

Kebudayaan Populer sangat dinamis sehingga mampu memberikan anak muda ruang untuk berekspresi dan berapresiasi tentang hal-hal baru, tak terkecuali dalam memproduksi identitas, termasuk di dalamnya memproduksi identitas nasionalismenya. Garuda Pancasila sebagai lambang negara yang dilindungi oleh undang-undang dan aturan pemerintah dipertarungkan dengan ide-ide anak muda yang butuh mengekspresikan identitas nasionalismenya. Garuda Pancasila dimaknai ulang sesuai dengan kebutuhan mereka akan identitas nasionalisme melalui tema-tema kebudayaan populer anak muda. Makna baru Garuda Pancasila ini mungkin beredar di sekitar dunia mereka saja tetapi tidak menutup kemungkinan bisa diterima dan diapresiasi secara baik oleh masyarakat luas.

Penelitian yang dilakukan melalui metode kualitatif deskriptif dengan obyek penelitian adalah t-shirt yang diproduksi oleh kolektif “Hiduplah Indonesia Raya”, sebuah kolektif anak muda yang bergerak dari kecintaannya terhadap Indonesia yang kemudian berani memproduksi identitas ke-Indonesiaan-nya melalui pemaknaan baru terhadap Garuda Pancasila melalui media t-shirt bergrafis. Penelitian ini bermaksud menguraikan ide-ide yang melatarbelakangi anak muda Indonesia dalam memproduksi identitas keIndonesiaannya melalui pemaknaan ulang Garuda Pancasila dan upaya yang dilakukan oleh mereka dalam mendistribusikan ‘ide’ identitas Indonesia kontemporer untuk tetap menjaga rasa dan jiwa nasionalisme dikalangan mereka sendiri juga masyarakat di sekitar mereka.

Penelitian ini menemukan bahwa anak muda Indonesia dengan semangat kecintaan akan tanah air dan kebutuhannya akan identitas terkini melalui media populer *t-shirt* mampu menjadi sebuah media ekspresi yang menyebar dan diterima secara positif bahkan didukung oleh lingkungan sekitarnya.

Kata kunci: Anak muda, Garuda Pancasila, identitas, kebudayaan populer, *T-shirt*

Abstract

Popular culture is so dynamic that it has the ability to provide space for the youths to show their expression and appreciation on new things, including in producing identity, i.e. identity of their nationalism. Garuda Pancasila as the state's symbol protected by the law and government regulations is challenged by the ideas coming from the youths who need to express their identity of nationalism. Garuda Pancasila is redefined according to their needs on their identity of nationalism through the themes of the popular culture of the youths. New meaning of Garuda Pancasila is probably only known among the youths and their world but it has actually the possibility to be well accepted and appreciated by wider community.

This research uses descriptive qualitative method with t-shirt that is produced by a community named “Hiduplah Indonesia Raya”, a youth community that is moved by their love for Indonesia. This community is courageously enough to produce their Indonesian identity by means of giving a new meaning to Garuda Pancasila in t-shirts with graphic designs. This research is to break down ideas that have moved the youths to produce their Indonesian identity through redefinition of Garuda Pancasila and their efforts in spreading the idea of contemporary Indonesian identity to maintain the sense and spirit of nationalism among the youths themselves along with those surrounding them.

This research reveals that Indonesian youths with their love for their country and their need of an updated identity using popular media such as t-shirt are able to turn t-shirt into a medium of expression that positively accepted and even supported by the surroundings.

Keywords: youths, Garuda Pancasila, identity, popular culture, T-shirt

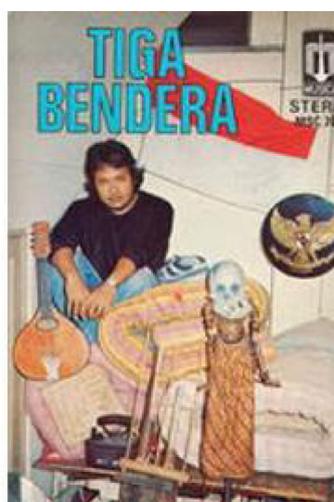
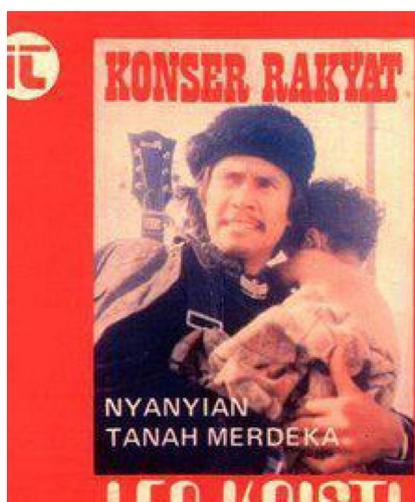
PENDAHULUAN

Pada era 1970-an dan 1980-an, kita mengenal anak muda seperti musisi Harry Roesli dan Leo Kristi, yang karya-karyanya lekat dengan semangat nasionalisme. Mereka menggunakan Garuda Pancasila sebagai ekspresi nasionalismenya. Harry Roesli dan Leo Kristi menggunakan Garuda Pancasila dalam bentuk aslinya, bentuk yang sesuai dengan undang-undang yang melindunginya (gambar 1). Mereka hidup pada era Orde Baru, yang kita kenal dengan pembatasan lambang-lambang Orde Lama, seperti penyederhanaan jumlah partai, dan dengan doktrin Pancasila sebagai satu-satunya azas partai. Pada era ini pula Pancasila di-'sakti'-kan. Gejala politik dinamis Orde Lama 'diberhentikan' dengan sebuah peristiwa yang kemudian menjadikan Pancasila sebagai azas bangsa dan negara yang paling benar. Sebuah peristiwa yang menjadikan Pancasila sebagai penyelamat bangsa dan negara, di kemudian hari kita mengenalnya sebagai 'Kesaktian Pancasila' bahkan ada hari khusus ditetapkan untuk memperingatinya, yaitu 1 Oktober setiap tahunnya.

Garuda Pancasila sebagai lambang dari Pancasila hanya bisa dipakai secara terbatas dan hanya pada saat waktu-waktu tertentu. Bentuk penyederhanaan di luar peraturan pemerintah dianggap sebagai sebuah perbuatan menghina negara. Rezim Orde

Baru menjalankan kebijakan pemerintahan yang bersifat represif dan memaksakan kehendak. Salah satunya dengan menetapkan Pancasila sebagai azas tunggal kepartaian maupun keormasan dan pengikisan peran Soekarno dalam segala lini kehidupan masyarakat, seperti pelarangan penerbitan buku-buku yang berhubungan dengan pemikiran Soekarno maupun sejarah Orde Lama menciptakan sebuah perlawanan anak muda. Sebuah *t-shirt* grafis dengan desain bergambar Soekarno dengan tulisan 'Bung Karno, Aku Cinta Padamu' sempat marak pada masanya (gambar 2).

Reformasi politik pasca kerusuhan yang melanda Jakarta pada 1998, yang menyebabkan runtuhnya peran Orde Baru, membuka pintu kebebasan. Namun di tengah kebebasan itu, tidak terlihat peningkatan akan persatuan masyarakat yang ada di dalamnya, yang terjadi adalah kebalikannya. Indonesia terancam persatuan dan kesatuannya. Ancaman disintegrasi terjadi hampir di seluruh wilayah Indonesia, isu pemekaran wilayah dan opsi otonomi daerah menjadi tuntunan yang bisa memecah belah. Ancaman dari luarpun tidak kalah kuatnya. Negara adidaya Amerika Serikat, memberikan label *travel warning* kepada Indonesia, sebuah label yang diberikan kepada suatu tempat atau negara yang tidak layak dijadikan destinasi liburan.



Gambar 1. Sampul album Leo Kristi dan Harry Roesli.

Gambar 2. T-shirt grafis bertema Bung Karno. (Perpustakaan Nasional).



Gambar 3. T-shirt grafis bertema Garuda Pancasila yang menjadi *entry point* penelitian ini.

Kolektif “Hiduplah Indonesia Raya” adalah salah satu pemain baru dalam bisnis distro, mereka fokus pada produksi *t-shirt* dengan tema-tema ke-Indonesiaan. Desain *t-shirt* ‘I ‘Garuda Pancasila’ RI” dibuat oleh seorang desainer grafis profesional bernama Adityayoga pada tahun 2007.

Desain *t-shirt* dengan ide dan eksekusi yang ‘nakal’ dibuat dengan dilandasi akan kesadaran gerakan untuk mencintai kembali Indonesia di tengah minimnya prestasi pemerintah hampir di segala bidang, di tengah ancaman disintegrasi, isu minoritas dan toleransi, masalah korupsi, HAM, hingga ancaman *travel warning* dari Negara Adidaya. Kesadaran sebagian masyarakat Indonesia terutama anak muda untuk mencintai kembali Indonesia melahirkan kantong-kantong kreatif baru yang berbasis kecintaan terhadap Indonesia. Menurut pengakuan Adityayoga, ide didapat dari desain “I Heart NY” karya Milton Glaser, seorang desainer dari *Pushpin Studio* Amerika Serikat. “I Heart NY” merupakan pesanan pemerintah daerah New York yang membutuhkan identitas untuk mewakili kampanye promosi pariwisata kotanya. Gagasan visual “I Heart NY” digabungkan dengan lambang Garuda Pancasila.

Penulis menemukan dan hanya membatasi pembahasan temuan pada *t-shirt* produksi kolektif “Hiduplah Indonesia Raya” yang membentuk sebuah badan dagang resmi di bawah nama Repinsula (gambar 3).

Data dikumpulkan dengan melakukan riset lapangan, mengunjungi langsung distro “Hiduplah Indonesia Raya” dan dengan membaca literatur teori dan pengetahuan populer tentang hal yang berhubungan dengan penelitian, seperti teori semiotika dari Roland Barthes dan teori-teori Budaya Populer, dari Storey dan Stuart Hall. Data dianalisis dengan menggunakan teori-teori yang terkait dan data hasil temuan lapangan. Kolektif “Hiduplah Indonesia Raya” memiliki banyak desain untuk produksi *t-shirt* dengan berbagai tema. Penulis membatasi hanya membahas desain *t-shirt* yang memakai Garuda Indonesia sebagai inspirasi desainnya.

Anak Muda, Garuda Indonesia dan Identitas.

Matthew Arnold dalam Storey mengartikan budaya sebagai yang terbaik dari ucapan dan perbuatan. *“the best which has been thought and said”* (2007:ix). Selanjutnya masih menurut Storey, budaya adalah praktek membuat dan mengomunikasikan makna. Budaya bukan di dalam/mengenai objek/bendanya, melainkan tentang pengalaman si objeknya: bagaimana kita membuatnya berarti, apa yang akan kita lakukan dengan itu, bagaimana kita memberikan nilai padanya, dan lain-lain.

“Culture is not in the object but in the experience of the object : how we make it meaningful, what we do with it, how we value it, etc.”(2007a:x)

Terminologi “anak muda” masih banyak dan sangat sulit untuk dicari definisinya. Dalam kebudayaan populer, kesulitan ini wajar, karena anak muda adalah entitas yang sangat cair. Anak muda juga bagian dari masyarakat, dan masyarakat, menurut Fiske, adalah bukan kategori sosiologis yang stabil. (Fiske 2011; hal. 26). Karena itu, sangat sulit untuk memberikan definisi pada masyarakat dan anak muda yang menjadi bagiannya.



Gambar 4. Suasana transaksi produk Hiduplah Indonesia Raya di kantor perusahaan keuangan multinasional (hiduplah Indonesia raya.com)



Gambar 5. Suasana lapak produk Hiduplah Indonesia Raya di ajang AFF Suzuki Cup 2010 (hiduplah Indonesia raya.com).



Gambar 6. Suasana acara yang diikuti oleh Hiduplah Indonesia Raya di Museum Sejarah Jakarta. (hiduplah Indonesia raya.com).



Gambar 7. Produk Hiduplah Indonesia Raya di Bali (hiduplah Indonesia raya.com)



Gambar 8. Produk Hiduplah Indonesia Raya di Mall Of Indonesia, Kelapa Gading, Jakarta (hiduplah Indonesia raya.com).



Gambar 9. Toko Hiduplah Indonesia Raya di Jl. Cipete Raya, Jakarta Selatan (hiduplah Indonesia raya.com).



Gambar 10. Toko Hiduplah Indonesia Raya di Kemang



Gambar 11. Penonton AFF Suzuki Cup 2010 yang mengenakan t-shirt produk Hiduplah Indonesia Raya (Adityayoga).



Gambar 12. Penonton AFF Suzuki Cup 2010 yang mengenakan t-shirt produk Hiduplah Indonesia Raya (Adityayoga).

Pemuda menurut William H. Frederick di dalam Yudhistira adalah mereka yang masih berusia tidak lebih dari 21 atau 22 tahun, berpendidikan modern, berasal dari keluarga kaya, dan kebanyakan dari wilayah perkotaan, serta memiliki kesadaran politik (Yudhistira, 2010: hal. 15). Masih dalam pengertian pemuda versi *KBBI*, ada kata “remaja”, yang menurut James T. Siegel dalam Yudhistira adalah seseorang tidak serta merta menjadi remaja karena berusia muda, melainkan karena memiliki selera dan aspirasi yang menandakan bahwa dirinya seorang remaja (Yudhistira, 2010: hal. 53).

Penelitian ini memakai definisi di atas mengenai anak muda yang kemudian berkembang menjadi pemuda menurut Frederick dan remaja menurut Siegel. Pemuda dan remaja akan mendefinisikan kata anak muda. Definisi yang bisa disimpulkan dari pengertian di atas untuk menjelaskan ‘Budaya Anak Muda’ adalah sebagai yang terbaik yang diucapkan dan diperbuat oleh pemuda atau remaja.

Fashion adalah privilese kaum bangsawan, setidaknya hingga abad ke-19 (Danesi, 2010: hal.259), “ledakan kaum muda” pasca-Perang Dunia II membalik itu semua. *Fashion establishment* runtuh. Selama berabad-abad *fashion* digunakan untuk mendefinisikan status seseorang dalam masyarakat, maka kaum muda inilah yang menghilangkan status dalam berbusana dengan *jeans* dan *t-shirt*, jins dan kaos oblong (Zaman, 2010: hal.115). Dengan *t-shirt* dan celana jins, pemakainya lepas dari status tertentu, mereka menjadi sama, pria wanita, tua dan muda, si kaya dan si miskin.

Garuda Pancasila sebagai lambang Negara keberadaannya resmi dan dilindungi oleh undang-undang dan UUD 1945. Garuda Pancasila lahir dari kebutuhan akan lengkapnya sebuah identitas negara baru. Diprakarsai oleh Ir. Soekarno, yang kemudian menunjuk Prof. Moh. Yamin untuk membuat dan mengetuai sebuah tim yang merumuskan dan merancang lambang negara yang baru merdeka ini. Sultan Hamid II menyelesaikan permintaan ini dalam sebuah desain Garuda Pancasila yang kita kenal hingga saat ini.

Garuda adalah makhluk mitos yang hampir bisa ditemukan di setiap negara. Di Indonesia, mitos burung Garuda salah satunya berasal dari cerita wayang India yang kemudian beradaptasi dan dikembangkan oleh kebudayaan Jawa, burung garuda adalah kendaraan yang digunakan oleh Dewa Wisnu. Keperkasannya sebagai kendaraan dewa menjadikannya lekat dalam kebudayaan masyarakat (Hidayat, 2008 : 6).

Pancasila adalah teks dan Garuda Pancasila menjadi gambar/bentuk fisik yang mewakili teks Pancasila. Bentuk fisik adalah syarat menjadi sebuah tanda, sebuah objek yang terindera (Hoed, 2013:12).

Bentuk Garuda Pancasila yang kita kenal sekarang lahir dari perumusan makna. Sayangnya berjumlah 17 helai di setiap sisinya, bulu buntutnya berjumlah 8 helai dan bulu lehernya berjumlah 45 helai. Jika digabungkan angka tersebut maka kita akan mendapati angka 17-8-45 yang mewakili tanggal kemerdekaan Republik Indonesia, 17 Agustus 1945. Warna kuning keemasan dan putih pada helai pita bertuliskan “Bhinneka Tunggal Ika” yang digengam oleh burung Garuda Pancasila.

Garuda Pancasila adalah ideologi yang lahir dari mitos yang merupakan makna konotasi yang diulang terus menerus (Hoed, 2014:139). Visual “Garuda Pancasila” menjadi sebuah objek budaya populer karena lahir dari kebudayaan *folklore* dan menasional. Garuda Pancasila yang menjadi inspirasi desain grafis pada sebuah *t-shirt* menjadikannya sebuah objek budaya populer. *T-shirt* dengan sejarahnya yang panjang dan kriteria yang dimilikinya sebagai sebuah kesenian populer, seperti dapat produksi massal dengan mudah dan murah, disukai semua golongan masyarakat menjadikannya sebuah produk atau objek budaya populer.

Anak muda selalu memproduksi identitasnya sendiri merespons waktu dan peristiwa. Sejarah mencatat kemerdekaan Indonesia dirintis oleh anak muda, para pemuda yang berhasil mengenyam pendidikan modern barat, mengidentifikasi diri mereka dengan identitas baru. Respons anak muda pada

saat itu adalah melawan strata sosial diskriminatif yang diciptakan oleh Belanda (Yudhistira, 2010: 109). Identitas menurut Hall (2014:2) adalah alat ekspresi, emosi, dan perasaan kebersamaan dan dalam prosesnya identitas butuh pengakuan dari

orang lain. Masih menurut Hall, identitas akan terus diproduksi dan dipertukarkan oleh setiap orang yang terlibat di dalamnya, tidak terkecuali dalam konteks ini, anak muda. Yang dilakukan anak muda pada zaman itu adalah mereka butuh diakui, dalam



Gambar 13. Desain *t-shirt* rancangan Hiduplah Indonesia Raya ([hiduplah Indonesia raya.com](http://hiduplahIndonesia.com)).

hal ini oleh pihak penguasa dan orang tua mereka yang masih tradisional. Identitas yang dibangun yang kemudian kita kenal dengan gaya atau atribut modern menciptakan gerakan ingin memodernkan Indonesia, sejajar dengan bangsa-bangsa lain di dunia (2010a.:109). Dengan identitas baru ini Indonesia merintis kemerdekaannya, diawali dengan Sumpah Pemuda hingga akhirnya anak muda juga yang memproklamkan kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945.

Adityayoga, mendirikan sebuah kolektif yang tujuan utamanya adalah mengajak masyarakat dan anak muda pada khususnya untuk mencintai kembali bangsa Indonesia dengan pendekatan yang lebih populer. Kolektif “Hiduplah Indonesia Raya” menjembatani kehilangan identitas dan ekspresi kecintaan masyarakat dengan bangsanya sendiri. Dengan *tagline* “*Keep Indonesia Close to Your Heart*”, mereka berupaya membangun dan menciptakan identitas ke-Indonesia-an yang bisa dipakai dan diekspresikan dalam kehidupan sehari-hari.

“Karena sederhana, Garuda Pancasila adalah identitas yang mudah dipahami oleh seluruh warga Indonesia, terkait dengan identitas bangsa. Karena bentuknya, shape-nya”.

Melalui promosi getok tular sesama teman, media sosial dan sebuah situs sederhana, desain t-shirt ini perlahan mulai mendapat respon yang baik dari masyarakat. T-shirt didistribusikan dengan cara bergerilya, mengantarkan sendiri pesanan langsung kepada konsumennya, membuka lapak kaki lima pada acara pertandingan sepak bola berskala internasional dan bekerjasama dengan beberapa komunitas serupa menjadi *reseller* produk *Hiduplah Indonesia Raya*, hingga ikut terlibat dalam beberapa acara kreatif. Terlihat semangat kebersamaan dalam ‘menularkan virus’ nasionalisme populer di kalangan anak muda.

Hiduplah Indonesia Raya memanfaatkan *t-shirt* karena dianggap mewakili jiwa anak muda. *T-shirt* dipilih karena sifat santai yang bisa digunakan sebagai pakaian sehari-hari. Dari hasil wawancara didapatkan alasan mengapa *t-shirt* dan lambang

negara dapat disatukan melalui desain yang mereka buat, yaitu didasari oleh pemikiran sederhana dari anak muda yang memiliki kebutuhan untuk mengekspresikan kecintaannya terhadap Indonesia.

Mereka tidak mempedulikan bahwa penggunaan lambang negara tersebut dilindungi oleh Undang Undang dan Peraturan Pemerintah, juga terhadap respon hukum yang mungkin terjadi di kemudian hari. “Hiduplah Indonesia Raya” peduli bahwa anak muda harus segera disadarkan rasa cinta bangsa dan tanah airnya dengan cara yang mereka pahami, yaitu desain grafis. Tema-tema yang dihasilkan pun berbasis pada ide-ide desain grafis tanpa melihat tren yang ada maupun daya jualnya. “Hiduplah Indonesia Raya” yakin dengan desain yang baik, nilai keunikan yang tinggi dan dengan ide yang berbeda dengan sendirinya akan menciptakan pasar. Sebuah sikap anak muda yang “keras kepala” dan “cuek bebek” sehingga sikap ini tercermin dalam desain-desain yang ditawarkan.

T-shirt yang didesain dengan menggunakan prinsip-prinsip desain yang tinggi, seperti pemanfaatan pesan tunggal (*single message*), pemilihan emphasis dan pemanfaatan serta pengolahan bidang desain yang tepat dapat segera tertangkap dengan baik oleh mata.

Aktivitas merancang identitas yang dilakukan oleh anak muda ini sejalan dengan definisi identitas oleh Stuart Hall, bahwa selama masyarakat masih hidup bersama, identitas akan terus diproduksi dan dipertukarkan oleh orang-orang yang terlibat di dalamnya. Dalam konteks penelitian ini anak muda yang menjadi bagian dari masyarakat dan warga negara Indonesia terus secara aktif memproduksi identitas keindonesiaannya sekaligus mempertukarkannya, baik dalam nilai ideologi maupun ekonomi.

Desain *t-shirt* ini menghadirkan bentuk Garuda Pancasila yang disederhanakan; Garuda Pancasila yang diolah dengan teknik siluet. Dengan teknik ini desainer grafis mengambil alih objek dan menghidrarkannya dalam perilaku yang konsisten



Gambar 14. Desain t-shirt bergrafis I “Garuda Pancasila” RI.

sesuai dengan maksud dan tujuannya. Desain *t-shirt* ini terinspirasi dari desain *t-shirt* sebelumnya yang sudah sangat ikonik, ‘i “heart” ny’. Sebuah desain identitas pariwisata kota New York yang dirancang oleh seorang desainer grafis ternama dari Pushpin Studio, Milton Glaser. Pemakai *t-shirt* ‘I “Garuda Pancasila” RI’ terbiasa dengan desain ‘I “heart” NY’. Kesamaan struktur desain dan penggunaan tipografi dapat terlihat langsung.

Warna *t-shirt* merah, yang berarti berani dengan kontras yang sangat kuat pada grafisnya yang berwarna putih, dapat dimaknai sebagai satu kesatuan yang mewakili lambang lain dari Negara Indonesia yaitu, bendera Indonesia, Sang Saka Merah Putih. *Layout* desain *t-shirt* ini disusun dengan penajaran yang *centering*, diletakkan tepat di tengah, di antara bagian dada dan perut, menghasilkan *visibility* yang semakin kuat. Sebuah ekspresi yang dapat dimaknai sebagai sebuah ekspresi kebanggaan yang besar dan kuat bagi pemakainya.

Pada bagan di atas dapat kita lihat bagaimana upaya yang dilakukan untuk mendesain *t-shirt* ini, inspirasi yang kuat sangat terasa. Membuat parodi dari sebuah desain yang ikonik, untuk khalayak sasaran yang memiliki referensi terhadap desain yang dipa-



Gambar 15. Kesamaan desain t-shirt bergrafis I “Garuda Pancasila” RI dan I “Heart” NY.

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 Abcdefghijklmnopqrstuvwxy**z**
 1234567890 -=_+
 !@#\$\$%^&*(){}|:”<?[]\;’,./

ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVWXYZ**
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz****
1234567890 -=_+
!@#\$\$%^&*(){}|:”<?[]\;’,./

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
 Abcdefghijklmnopqrstuvwxy**z**
 1234567890 -=_+
 !@#\$\$%^&*(){}|:”<?[]\;’,./

Gambar 16. Tipografi American Typewriter dan keluarga hurufnya dari atas Regular, Bold dan Light.

		<p>Desain t-shirt yang menjadi 'entry point' penelitian ini. Inspirasi yang sangat kuat terlihat sangat jelas. Diperkuat dengan pengakuan sang desainer grafis, dalam pernyataannya yang memang sengaja mengawinsilangkan Sultan Hamid II dan Milton Glasser.</p> <p>Struktur yang sama dengan pesan sama namun dengan simbol yang berbeda. Garuda Pancasila dihadirkan dalam bentuk sederhana, menggunakan teknik siluet. Garuda Pancasila diasosiasikan dengan 'heart' pada desain asli yang menginspirasi. Sama-sama berbentuk siluet dan solid figure.</p> <p>Khalayak sasaran dianggap telah mengetahui bentuk asli, memiliki pengetahuan dan wawasan luas, juga <i>open mindness</i> yang tinggi dalam mengapresiasi desain ini.</p>
<p>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890- = [\ ; ' , . / ! @ # \$ % ^ & * O _ + { } : " < > ?</p> <p>American Typewriter</p>		

Tabel 1. Analisis desain t-shirt "I 'Garuda Pancasila' RI" dengan "I 'Heart' NY".

rodikan ('I "heart" NY').

T-shirt grafis Garuda Pancasila dengan tema Desain Grafis.

Teknik cetak *black on black* pada desain *t-shirt* di samping dipilih untuk menciptakan kesan permainan optik, bahan *t-shirt* yang gelap datar, seperti bahan *doff* pada kertas. Teknik sablon menggunakan bahan pelapis bening yang dikenal dengan nama *medium metal* untuk membuat hasil cetak sablon mengkilat seperti *laminating glossy*. Teknik ini dikenal secara umum ketika *Metallica*, sebuah band *trash metal* asal Amerika Serikat meluncurkan albumnya yang ke-5 pada tahun 1991. Album yang dikenal dengan *The Black Album* ini dieksekusi dengan menggunakan teknik cetak *glossy* pada kertas *doff*. Kertas *doff* dengan gambar ular melingkar khas ular Amerika Serikat, *Rattle Snake* dicetak *glossy*. Pesan yang



Gambar 17. Desain t-shirt grafis dengan bagian perisai Garuda Pancasila.

hendak disampaikan pada produksi sampul ini adalah pengalaman interaksi yang terjadi antara khalayak sasaran dengan produk, dalam hal ini sampul depan CD/kaset. Permainan teknik cetak ini menghasilkan perbincangan di khalayak sasaran dan umum yang secara tidak langsung merebut perhatian penggemar dan pendengar baru Metallica. Sampul album ini masuk dalam *Rolling Stone's Album of the Nineties* dan *Rolling Stone's 500 Greatest Albums of All Time*.

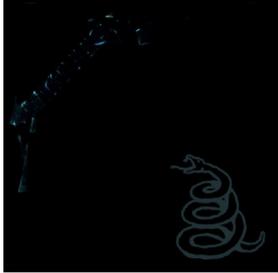
Permainan optik yang dihasilkan dengan teknik cetak, diharapkan menarik perhatian dan adanya interaksi dengan orang lain yang melihatnya. Posisi gambar *centering*, tepat berada di tengah dan hampir memenuhi bidang area *t-shirt* yang tersedia sehingga menarik perhatian orang sekaligus dapat menangkap bentuk perisai Garuda Pancasila.

Inspirasi dari desain album band *heavy metal* asal Amerika Serikat diterjemahkan dengan



Gambar 18. Cover album Metallica ke-5. (metallica.com)

menghadirkan perisai dari Garuda Pancasila. Pemahaman dan penguasaan terhadap wawasan teknik cetak menjadi pintu bagi desain ini untuk masuk ke target pemirsa.

		<p>Teknik sablon pada t-shirt menjadi penekanan utama pada desain ini.</p> <p>Terinspirasi dari album Metallica yang dikenal dengan <i>The Black Album</i>, menghadirkan perisai pancasila dalam bentuk outline.</p> <p>Permainan optik dengan harapan akan terjadi interaksi antara pemakai dan yang melihat menjadi nilai utama dalam desain ini.</p> <p>Kebudayaan populer yang akrab dengan anak muda, musik, dan hal ini musik Heavy metal, menjadi inspirasi yang menarik.</p>
		

Tabel 2. Analisis desain t-shirt grafis Garuda Pancasila outline.

Analisis Desain *T-shirt* grafis Garuda Pancasila dengan tema Tipografi.

Tipografi adalah pengetahuan tentang huruf (Sihombing, 2001; 3). Tipografi dalam disiplin ilmu desain grafis atau komunikasi visual yang kita kenal sekarang sangat penting. Dengan tipografi yang tepat, komunikasi yang dibangun akan lebih efektif dan efisien. Berikut adalah desain-desain *t-shirt* bertema Garuda Pancasila yang memanfaatkan tipografi sebagai penekanan utama.

Penekanan pada desain ini adalah tipografi. Garuda Pancasila dijadikan bagian dari tipografi yang bertuliskan 'Indonesia'. Pada desain ini Garuda Pancasila tidak lagi berarti 'love' pada desain sebelumnya tetapi menjadi pengganti huruf "O" yang hilang. Makna desain ini adalah bahwa Indonesia dan Garuda Pancasila merupakan satu kesatuan utuh, tidak dapat dipisahkan. Jika bentuk Garuda dihilangkan maka tulisan "Indonesia" menjadi tidak lengkap, begitu juga sebaliknya, tanpa 'Ind' dan 'nesia', maka 'Garuda Pancasila' hanya merupakan siluet yang berdiri sendiri.



Gambar 19. Desain *T-shirt* bergrafis Ind 'Garuda Pancasila' nesia dengan olahan tipografi.

Desain dengan penekanan pada tipografi dan permainan unsur huruf yang diganti dengan objek lain yang menyerupainya menjadi salah satu inspirasi untuk membuat sebuah desain *t-shirt*. Seperti logo 'unkl347', sebuah perusahaan garmen dengan produk utama *t-shirt* (lihat bab 2 bagian *t-shirt* di Masyarakat Indonesia), menggunakan susunan huruf-huruf sebagai logo (*logotype*) dengan permainan pada huruf 'e' yang diganti dengan angka '3.'

T-shirt berwarna merah dengan desain berwarna kuning emas memiliki makna konotatif. Merah mewakili arti berani, mendukung keseluruhan konsep desain. Keberanian dalam mendesain dan memaknai Garuda Pancasila dan keberanian bagi pemakainya. Warna emas mewakili keanggunan, kemewahan dan kekayaan Indonesia sekaligus Garuda Pancasila sebagai lambang Negara. Gambar diletakkan tepat di tengah, bagian dada, menghasilkan *visibility* yang semakin kuat. Sebuah ekspresi yang dapat dimaknai sebagai sebuah ekspresi kebanggaan yang besar dan kuat bagi pemakainya.

Tren desain dan *fashion* lekat dengan anak muda. Mereka berusaha untuk tetap dapat mengikuti tren tersebut agar dapat diakui sebagai anak muda yang mengikuti zaman. Permainan tipografi menggunakan kombinasi huruf dan angka menjadi tren desain saat itu. Dengan cerdas permainan antara tren desain dan kebutuhan identitas ke-Indonesia-an terlahir dari desain *t-shirt* ini.



Gambar 20. Desain logo Unkl347 dengan permainan olahan tipografi.



Tabel 3. Analisis desain t-shirt grafis Garuda Pancasila tema tipografi.

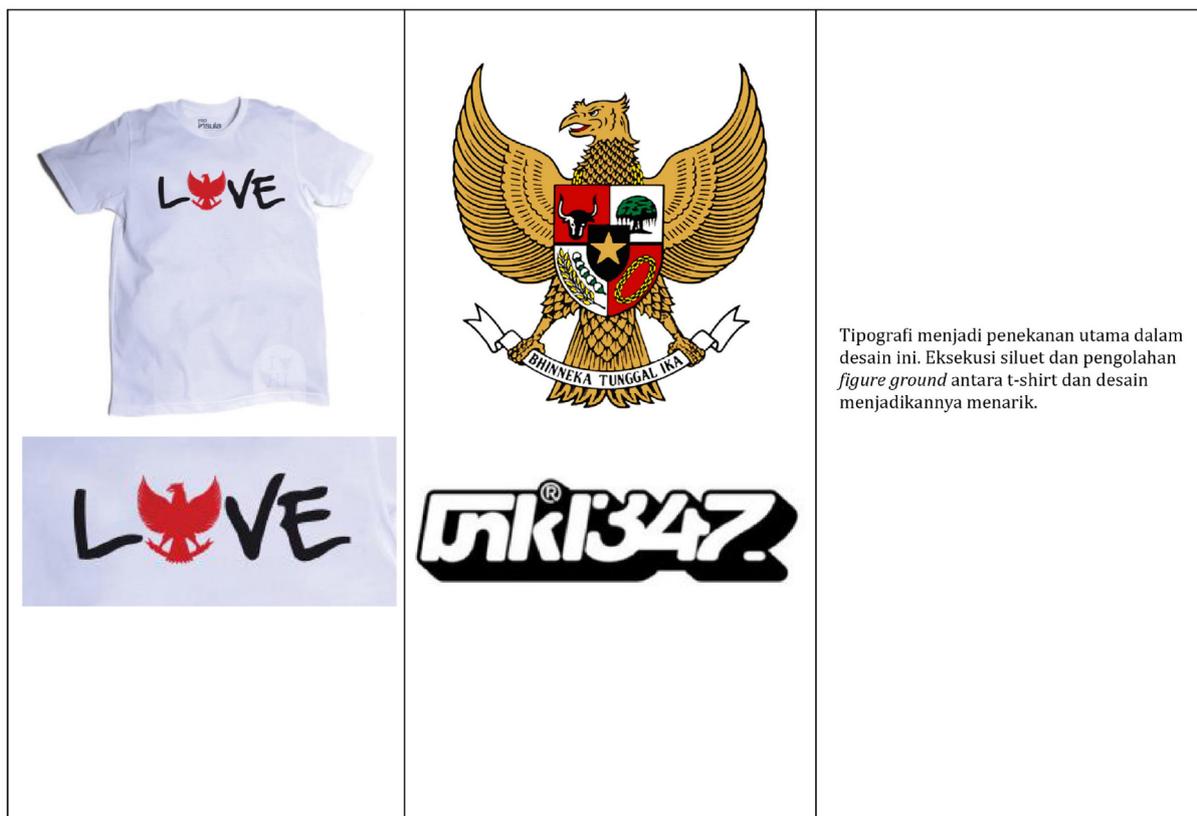
Desain T-shirt grafis Garuda Pancasila dengan tema “Tipografi.”

Desain *t-shirt* ini menggunakan kata ‘LOVE’ dengan lambang Garuda Pancasila yang menggantikan huruf ‘O’. Garuda Pancasila masih hadir dalam bentuk siluet. Desain ini menggunakan tipe huruf jenis dekoratif yang menyerupai guratan tulis tangan mewakili semangat spontanitas anak muda. Warna putih *t-shirt* dimaknai sebagai sebuah ketulusan, kesucian dan keikhlasan dalam mencintai Garuda Pancasila. Gambar diletakkan tepat di tengah, di antara bagian dada, menghasilkan *visibility* yang semakin kuat. Sebuah ekspresi yang dapat dimaknai sebagai sebuah ekspresi kebanggaan yang besar dan kuat bagi pemakainya.

Tren desain tipografi dengan mengkombinasikan angka dan huruf menjadi *emphasis* dalam desain



Gambar 21. Desain T-shirt bergrafis L“Garuda Pancasila”la”VE dengan olahan tipografi.



Tabel 4. Analisis desain t-shirt grafis Garuda Pancasila tema permainan tipografi.

ini. Upaya jenaka dihadirkan di antara kebutuhan akan identitas dan ekspresi kecintaannya kepada Indonesia.

Analisis Desain T-shirt grafis Garuda Pancasila dengan tema Baju Tim Olahraga (Jersey).

Seragam tim olahraga atau *jersey* adalah identitas sebuah tim ketika berhadapan dengan tim lain. Salah satu fungsinya adalah untuk kemudahan mengenali sesama rekan timnya sekaligus mengetahui keberadaan lawan dalam sebuah pertandingan. Sebuah tim olahraga akan memiliki dua desain yang berbeda dalam sebuah kompetisi, yaitu ketika tandang (*away*) dan menjadi tuan rumah (*home*). Desain *jersey* sebuah tim olahraga tidak terlepas pada penggunaan lambang tim tersebut. Sebuah tim nasional sebuah Negara akan menggunakan lambang Negara tersebut atau lambang organisasi pusat olahraga. Tim nasional sepak bola Indonesia

selalu menggunakan lambang negara Garuda Pancasila sebagai identitasnya. Seperti *jersey* timnas ketika mengikuti Asian Games 1970. Jersey



Gambar 22. Jersey tim nasional sepakbola Indonesia AFF Cup 2012, jersey merah dipakai ketika menjadi tuan rumah (*home*) dan yang berwarna putih untuk tandang (*away*). (bolatotal.com)

timnas Asian Games 1970 paling terlihat patriotik ketimbang desain jersey timnas Indonesia yang lain. Lambang negara Garuda Pancasila tidak lagi sekedar disematkan dalam bentuk kecil di bagian kiri atas seperti *jersey* pada umumnya, melainkan disematkan tepat di tengah dada pemain dengan ukuran yang besar.

Desain *t-shirt* ini terinspirasi dari *jersey* tim olah raga khususnya sepak bola, dengan peletakan lambang Garuda Pancasila yang menjadi siluet. Kesan *sporty* atau pecinta olah raga akan segera dapat ditangkap dari desain ini. Pemakainya mencintai olah raga, namun tidak ingin terlihat seperti olahragawan serius dengan *jerseynya*. Nilai-nilai sportivitas dan *fair playness* yang menjadi kaidah hidup seorang atlet dalam bertanding seolah ingin disampaikan



Gambar 23. Timnas sepakbola Indonesia ketika mengikuti kejuaraan Asian Games 1970, tampak sedang berpose dengan Presiden RI ketika itu, Soeharto. (bolatotal.com)

dan dilekatkan dengan desain ini.

Sebuah upaya mendekatkan Garuda Pancasila kepada anak muda yang menyukai olah raga dan menjunjung tinggi nilai-nilai sportivitas dan *fair play*. *Fair play* dalam segala segi kehidupan anak muda Indonesia.

SIMPULAN

Anak muda adalah entitas yang dinamis yang selalu cepat merespon perkembangan zaman. Tidak terkecuali memproduksi identitas yang sesuai dengan kedinamisannya. Dinamisasinya melahirkan kreativitas, yang pada akhirnya menciptakan kebudayaan sendiri. Olahraga ekstrim, musik independen, hingga semua wilayah kehidupan



Gambar 24. Desain T-shirt bergrafis Garuda Pancasila siluet kecil.

		<p>Desain t-shirt ini sangat terinspirasi dari jersey tim sepakbola, salah satu elemen jersey tim sepakbola yang dapat dikenali adalah emblem tim. Contoh logo tim sepakbola asal Bandung yang juga digunakan sebagai emblem pada jersey tim. Bentuk perisai menjadi ciri khas yang kuat.</p> <p>Stilasi berupa siluet Burung Garuda Pancasila. Pertimbangan kemudahan produksi dengan teknik sablon adalah penyederhanaan bentuk dan menggunakan satu warna.</p>
		
		

Tabel 5. Analisis desain t-shirt grafis Garuda Pancasila bertema jersey tim sepakbola.

dirambahnya. Ekspresi kecintaan terhadap negara dan bangsanya tak terkecuali, Sumpah Pemuda adalah salah satu contohnya. Membangun kepedulian dan menciptakan kembali rasa cinta terhadap negara dan bangsanya sendiri selalu menjadi bagian hidupnya. Salah satunya adalah fenomena *t-shirt* dengan desain grafis bertema nasionalisme yang menggunakan lambang-lambang negara, seperti Garuda Pancasila. *T-shirt* menjadi media ekspresi yang efektif, semua bentuk kebudayaan yang diciptakan oleh anak muda terkait dengan media ini.

Garuda Pancasila, sebagai salah satu lambang negara, dilindungi oleh undang-undang dan peraturan pemerintah lainnya, di tangan anak muda menjadi dinamis baik bentuk maupun artinya. Garuda Pancasila “bertarung” dalam tanda kutip, terus mencoba bertahan terhadap gempuran

kebudayaan populer anak muda, dari olahraga ekstrim, desain grafis, animasi, ilustrasi, hingga seni pop. Makna filosofis yang terkandung di dalamnya terus digali dan dimanfaatkan oleh anak muda sebagai bentuk pencarian kreatif dan pemuasan terhadap dahaga identitasnya.

Banyak upaya yang dilakukan oleh anak muda dalam memproduksi dan mempertukarkan identitas yang bisa mengekspresikan kecintaannya terhadap bangsa, salah satunya adalah dengan memaknai ulang Garuda Pancasila. Garuda Pancasila dianggap memiliki semua fitur yang mewakili persatuan bangsa, mulai dari sejarah, arti hingga bentuknya yang sangat ikonik dan dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Peluang eksplorasi kreativitas terbuka luas, anak muda mampu melihat peluang ini.

Kebudayaan populer membuka upaya anak muda dalam memanfaatkan peluang eksplorasi kreativitas ini seluas-luasnya. Walaupun upaya pemaknaan ulang Garuda Pancasila ini masih terjadi dalam lingkup kebudayaan mereka saja, tidak menutup peluang suatu saat nanti apa yang mereka lakukan hari ini akan mendapat respon luas masyarakat Indonesia secara umum.

Disadari atau tidak oleh perancang awalnya, walau hari ini Garuda Pancasila telah mengalami bentukan dan pemaknaan baru oleh anak muda saat ini, Garuda Pancasila tetap membawa maknanya yang hakiki, sebagai pemersatu dan ekspresi identitas perlambang kebanggaan menjadi orang Indonesia. Kesan keindonesiaan pada setiap desain *t-shirt* berbeda-beda, ada yang langsung terlihat ada yang membutuhkan penglihatan lebih lama dan mendalam lagi. Kesan sangat penting karena yang hendak disampaikan adalah ekspresi akan keindonesiaan yang kuat. Tidak menutup kemungkinan agar desain *t-shirt* bergrafis Garuda Pancasila tidak terlihat harfiah, bentuk-bentuk baru diperbolehkan untuk membunuh kejemuhan. Ide menempati urutan pertama khalayak sasaran dalam mengkonsumsi *t-shirt* bertema Garuda Pancasila. Ide-ide besar, unik hingga biasa menjadikan sebuah desain *t-shirt* memiliki makna bagi penggunanya. Ide mewakili ekspresi penggunaannya.

RUJUKAN

- Damono, Sapardi Djoko. 2009. *Kebudayaan (Populer) (di sekitar) Kita*. Jakarta: Penerbit Editum.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Penerbit Jalasutra.
- Hidayat, Nanang R. 2008. *Mencari Telur Garuda*. Jakarta: Penerbit Nalar.
- Hoed, Benny H. 2014. *Semiotik dan dinamika Praktik Sosial Budaya*. Jakarta: Penerbit Komunitas Bambu.
- Fiske, John. 2011. *Memahami Budaya Populer*. Yogyakarta: Penerbit Jalasutra.
- Hall, Stuart. (peny.). 2003. *Representation : Cultural*

Representation and Signifying Practices. London: Sage Publications Ltd.

- Lv, Lou & Zhang Huiguang. 2006. *The t-shirt, A Collection of 500 designs*. (Chen Ciliang peny.) Singapore: Page One Publishing Private Limited.
- Needham, Rodney. 1979. *Symbolic Classification*. Santa Monica, CA: Goodyear Publishing Company.
- Miller, Susan. 2007. *T-shirt*. California: Schiffer Publishing Ltd.
- Storey, John. 2007. *Inventing Popular Culture*. Victoria. Australia: Blackwell Publishing.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Yudhistira, Aria Wiratama. 2010. *Dilarang Gondrong! Praktik Kekuasaan orde Baru terhadap Anak Muda Awal 1970-an*. Jakarta: Penerbit Marjin Kiri.
- Zaman, Moh. Alim. 2001. *Kostum Barat dari Masa ke Masa*. Jakarta: Penerbit Meutia Cipta Sarana.