**Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

**Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1. Sejarah Perkembangan Ekonomi dan Politik Indonesia

Pasaribu (2014) menyatakan bahwa hubungan Indonesia dengan Jepang setelah Perang Dunia II terjalin pada tahun 1951 melalui Konferensi Perdamaian San Francisco. Pada 15 April 1958, hubungan diplomatik ini baru resmi dijalankan (hlm. 38). Isi dari perjanjian ini tentang persetujuan pampasan perang Jepang. Kendala dalam konferensi ini adalah ekonomi Jepang yang belum mampu membayar pampasan, tidak adanya ketegasan Jepang dalam menolak isi perjanjian, dan nominal yang dibayarkan (hlm. 39).

Pasaribu (2014) menambahkan bahwa pada tahun 1957, konferensi ini mulai menemukan titik terang. Kondisi ekonomi Indonesia yang semakin memburuk, mendorong Indonesia untuk memenuhi permintaan Jepang. Yang pertama adalah pembayaran pampasan dilakukan dengan pelayanan rakyat dan impor barang modal dari Jepang. Yang kedua, menghapus utang niaga Jepang dengan dana pampasan dan ditambah dengan kerja sama ekonomi (hlm. 42). Akhir dari perjanjian pampasan ini menyebabkan Indonesia menggunakan barang-barang Jepang sehingga masa depan ekonomi Indonesia terikat oleh Jepang (hlm. 43).

Ricklets (2008) menyatakan bahwa pembangunan ekonomi selama Orde Baru bergantung kepada perusahaan asing yang menyebabkan terjadinya hanya sedikit pertumbuhan industri pribumi (hlm. 588). Kebijakan luar negeri yang



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

bertujuan untuk memperbaiki kondisi perekonomian Indonesia selama Orde Baru ditetapkan oleh negara Barat demi mendapatkan bantuan dari mereka. Syarat yang ditetapkan adalah mengakhiri konfrontasi dengan Malaysia. Pada tahun 1966, Indonesia kembali bergabung dengan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Sebulan kemudian, Indonesia bergabung dengan IMF (International Monetary Fund) (hlm. 599).

Ricklets (2008) menambahkan bahwa pemberian bantuan pada bidang ekonomi pada Indonesia oleh negara Barat akan dibalas Indonesia dengan imbalan. Imbalan ini adalah strategi *laissez-faire*. Dengan adanya strategi ini, pintu untuk investasi asing sangat terbuka. Tindakan ini sangat dipuji oleh IMF dan Bank Dunia. Pada Februari 1967, disahkan undang-undang investasi yang bertujuan untuk mendorong investasi asing (hlm. 602).

Setyohadi (2003) menyatakan bahwa perindustrian Indonesia pada awal tahun 1970-an banyak mengalami kendala. Kebutuhan akan sarana dan prasarana seperti modal, terutama valuta asing, kewiraswataan, keterampilan, teknologi, dan lainnya yang tidak dimiliki oleh Indonesia. Dari sana, muncul rencana Pelita I yang kemudian dilanjutkan oleh Pelita II. Kedua rencana ini berfokus pada pembangunan industri dengan melakukan substitusi impor. Barang yang diimpor adalah barang konsumsi dan bahan baku penunjang sektor pertanian, pembangunan prasarana industri kecil, dan kerajinan rakyat yang diharapkan dapat menyerap tenaga kerja (hlm. 155).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

## 2.2. Genre Roman

Todd (2014) menyatakan bahwa genre roman terbagi menjadi dua, yaitu genre roman komedi dan roman drama (hlm. 1). Pola cerita film roman bergenre roman komedi adalah seorang pria yang bertemu dengan seorang wanita, sang pria kehilangan wanita, hingga akhirnya mereka berdua bersatu kembali. Sedangkan genre roman drama berpola cerita sepasang kekasih yang bertemu, mereka bersatu, lalu akhirnya berpisah. Meski kedua genre tersebut memiliki dasar roman, selain memiliki perbedaan pada pola cerita, terdapat perbedaan lain pada rentang usia hubungan sepasang kekasih dalam cerita (hlm. 24).

Todd (2014) juga menambahkan bahwa genre roman komedi memiliki rentang usia hubungan sepasang kekasih yang lebih panjang, karena nantinya akan mengarah pada pernikahan. Dalam ceritanya, kedua protagonis memiliki kesalahpahaman, kemudian masuk ke jenjang persahabatan, pernikahan atau adanya persaingan. Suatu waktu akan tiba di mana mereka berdua menyadari adanya ketertarikan satu sama lain. Setelah itu, mereka akan menyadari akan kesalahan mereka dalam menilai satu sama lain yang membawa mereka kepada kesatuan. Menikah, kembali menikah, atau status hubungan lain yang setara dengan ikatan menunjukkan adanya komponen dari *companionate love* (hlm. 24).

Sedangkan roman drama, menurut Todd (2014), memiliki rentang usia hubungan yang singkat, karena erat hubungannya dengan idealisme jatuh cinta pada pandangan pertama. Dalam ceritanya, genre roman drama menampilkan gaya hidup yang berbeda, singkat, dan penyatuan dari sepasang kekasih. Kedua



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

protagonis bertemu secara tiba-tiba dan langsung jatuh cinta dengan hanya melihat. Tindakan pasangan ini berdasarkan *passion*. Dalam menjalankan hubungan agar tidak dapat bertahan lama, protagonis akan memberikan informasi dan kejadian yang membuat mereka tidak dapat bersama. Kaitannya erat dengan *passionate love* (hlm. 24).

Tabel 1. Perbedaan Companiote Love dan Passionate Love

| | **Elemen** | **Perbedaan** | |
|---|---|---|---|
| | | **Companionate Love** | **Passionate Love** |
| 1. | Pertemuan | Kedua pasangan saling mempelajari secara perlahan mengenai satu sama lain dan mencari jalan keluar bersama. | Kedua pasangan menjalani kisahnya dengan keputusasaan dan perjuangan yang melelahkan. |
| 2. | Konflik | Adanya hambatan pribadi yang dilewati hingga berakhir pada kesatuan kedua pasangan. | Tidak dapat bersatu karena keadaan yang berada diluar kendali kedua pasangan. Orang tua, kelas sosial, ras, bencana alam, penyakit mematikan, dan cinta segitiga. |
| 3. | *Goal* | Pernikahan. | Pernikahan bukan *goal* cerita. |
| 4. | Kepercayaan | Pernikahan merupakan sesuatu yang membahagiakan hingga akhir waktu. | Pernikahan sebuah fantasi, tidak duniawi, dan kekal. |

*Companionate love* dan *passionate love* berhubungan erat dengan salah satu dari 3 elemen cinta, yaitu *intimacy*. Teori ini mengacu kepada teori cinta milik seorang psikologi dari Amerika, Robert J. Sternberg, yang berjudul *Triangular Theory of Love* (hlm. 5).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

### 2.2.1. Perkembangan film roman di Indonesia

Syarafina et al. (2012) menyatakan bahwa perkembangan perfilman Indonesia paska Orde Baru telah mengalami banyak perubahan. Sebelum memasuki era globalisasi, film sebelum Orde Baru menceritakan mengenai perjuangan. Adegan percintaan merupakan tambahan yang tidak terlalu berpengaruh pada cerita keseluruhan. Perubahan pada sisi politik, ekonomi, dan teknologi juga ikut mempengaruhi perfilman Indonesia. Perubahan-perubahan ini yang juga mempengaruhi penggambaran film bergenre roman di layar (hlm. 283-284).

Hanan (2017) menyatakan bahwa film pertama yang diciptakan di Hindia Belanda adalah *Loetoeng Kasaroeng* (1926) karya sutradara Heuveldorp. Film ini bergenre roman dan mengisahkan tentang seekor kera yang merupakan seorang pangeran. Film ini dibuat untuk merayakan tradisi pertunjukan Jawa Barat. Dengan inisiatif dari orang Eropa dan Jawa untuk menceritakan kembali cerita legenda ini, maka film ini dapat diciptakan (hlm. 56).

Menurut situs Kumparan yang berjudul Tokoh dan Novel Indonesia, film yang diadaptasi dari novel pertama kali adalah *Anak Perawan di Sarang Penyamun* (1962) karya sutradara Usmar Ismail. Dengan judul yang sama, novel ini ditulis oleh Sutan Takdir Alisjahbana. Film ini ditarik dari peredaran pada masanya karena penulisnya yang menentang Bung Karno dan melarikan diri ke Malaysia. Hal ini menunjukkan bahwa film tidak terlepas dari pengaruh politik dan ideologi.



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Tahun 1960an merupakan masa di mana sosial-politik sangat berpengaruh hingga ke dunia perfilman Indonesia. Anwar (2009) menyatakan bahwa penulisan cerita dengan tema terbatas menjadikan film-film Indonesia tidak berkembang (hlm. 62). Adanya Badan Sensor Film menjadi tolak ukur film akan dipasarkan atua tidak, sehingga para produser mengangkat film-film komedi, kungfu China, mistik ilmu hitam, film keluarga serta melodramatik dan film yang menguras air mata (hlm. 63).

Anwar (2009) menambahkan bahwa dengan masuknya film impor dari berbagai negara juga semakin memperburuk keadaan perfilman Indonesia. Film-film dari Malaya, Filipina, dan India bebas masuk ke Indonesia. Film Malaya menampilkan aktor dan penyanyi P. Ramlee yang disenangi kelas bawah. Film Filipina mengusung cerita gaib, ajaib, dan takhayul. Film India menampilkan nyanyian, tarian, dan kisah sentimental (hlm. 65).

Syarafina et al. (2012) menyatakan bahwa banyak film roman yang menyita perhatian penonton pada tahun 1980-an. Diawali dari film *Pengantin Remaja* (1971) karya sutradara Wim Umboh. Film ini dikatakan sebagai awal bangkitnya dari film Indonesia bergenre roman. Diikuti oleh *Badai Pasti Berlalu* (1977) karya sutradara Teguh Karya. Tidak lama kemudian, muncul *Gita Cinta dari SMA* (1979) karya sutradara Arizal (hlm. 264).

Syarafina et al. (2012) menambahkan bahwa perkembangan film roman pada tahun 1980-an diikuti dengan perkembangan poster film. Kebanyakan dari poster-poster pada era ini dengan genre roman menampilkan kecentilan wanita



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

dan tampilan seksi sebagai penarik perhatian. Kebiasaan ini menyebabkan banyaknya adegan-adegan seks dan kekerasan. Berbeda dengan tahun 1970-an di mana sepasang pemain hanya ditunjukkan dengan bertatapan satu sama lain (hlm. 265). Plagiasi juga menjadi masalah lain dalam perkembangan film roman. Peniruan yang dilakukan antara lain menggunakan *font* dan *framing* (hlm. 266),

Syarafina et al. (2012) menjelaskan bahwa film bergenre roman pada tahun 80-an, perempuan digambarkan dengan gaya Indonesia, pulang malam merupakan sesuatu yang tidak pantas, atau pulang malam karena habis pulang bekerja. Berbeda dengan film saat setelah Indonesia terkena arus globalisasi, perempuan dalam film dengan genre roman digambarkan pulang larut malam setelah *clubbing*. Pemeran laki-laki digambarkan sebagai perokok. Sekarang, pemeran perempuan dan laki-laki sesama perokok (hlm. 284). Pada masa Orde Baru, film-film bergenre roman sudah berani menampilkan adegan seks dalam film. Salah satunya adalah film *Without Mercy* (1995) dan film seperti ini bertahan hingga tahun 2000-an (hlm. 291).

Syarafina et al. (2012) menyatakan bahwa film roman remaja selanjutnya yang menjadi legenda adalah *Ada Apa Dengan Cinta?* (2002) karya sutradara Rudy Soedjarwo. Film ini mengusung tema persahabatan, sakah sangka, cinta remaja, dan perpisahan dengan kedua tokoh utama yang tertutup hingga akhirnya mereka berdua saling mempengaruhi satu sama lain. Mengusung tema cerita yang unik dengan genre yang sama, *Cin(T)a* (2009) karya sutradara Sammaria Simanjuntak. Film ini mengangkat tema SARA yang berpusat pada hubungan mahasiswa Batak-China dan mahasiswi Jawa-Muslim (hlm. 271).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Syarafina et al. (2012) menjelaskan bahwa perkembangan film roman di Indonesia juga didukung dengan dorongan dari Penerbit Gramedia Pustaka yang menerbitkan novel *teenlit* (literatur remaja). Kemudian muncul tren di mana membuat film yang diadaptasi dari cerita-cerita dalam novel. Beberapa film tersebut adalah *Eiffel I'm in Love* (2003) karya sutradara Nasri Cheppy, Dealova (2005) karya sutradara Dian Sasmita, dan *Perahu Kertas* (2012) karya sutradara Hanung Bramantyo (hlm. 272).

## 2.3. Remaja

Remaja adalah masa di mana anak-anak beralih menuju dewasa muda. Menurut Shatter (2013) yang dapat dikatakan sebagai remaja adalah 12-20 tahun yang berakhir pada 20 tahun dengan bukti dapat mendapatkan pekerjaannya sendiri dan terlepas dari orang tuanya (hlm. 4).

### 2.3.1. Genre Remaja

Grant (2012) menyatakan bahwa genre remaja lahir dari adanya kekhawatiran terhadap anak-anak yang dapat terpengaruh dengan film-film yang tidak sesuai dengan usianya. Film-film yang diangkat pada masa itu adalah film yang berpusat pada drama dewasa. Pada tahun 1920-an, *Hollywood* mulai membangun *Hays Office* dan secara formal mengevaluasi dan membatasi konten moral pada film Amerika. Pada tahun 1930-an, *Hollywood* telah memiliki posisi untuk film bergenre remaja secara jelas (hlm. 583).

Grant (2012) menambahkan bahwa film bergenre remaja biasa ditandai dengan usia tokoh dalam film, dan ditambah dengan tema yang berfokus kepada



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

subgenre yang dapat dilihat langsung terhubung dengan konsep yang spesifik dari perilaku dan gaya remaja itu sendiri (hlm. 578). Grant (2012) mendefinisikan remaja sebagai mereka yang berada diantara usia 12 hingga 20 tahun. Pemilihan angka ini didasari oleh pengakuan secara tradisional menuju remaja dewasa di Amerika Serikat (hlm.581).

Batasan umur hingga 20 tahun dikarenakan adanya genre film remaja dewasa yang dipercaya memiliki rentang usia tokoh film diawal 20-an, dan juga dikarenakan dengan adanya perbedaan isu dalam film yang telah memasuki perkuliahan dengan yang masih dalam sekolah menengah pertama dan sekolah menengah ke atas (hlm. 581). Driscoll (2011) menyatakan film remaja membutuhkan tokoh remaja, sangat mungkin memasukkan unsur kehidupan sekolah menengah, seperti orang tua, musik populer, kelompok sebaya, dan ketertarikan seksual atau asmara. Terkadang terdapat beberapa elemen yang kurang penting dalam film remaja seperti narkoba, keperawanan, pesta, tarian, atau *makeover* (hlm. 65).

### 2.3.2. Perkembangan film remaja di Indonesia

Heryanto (2008) menyatakan bahwa kebangkitan dari film bergenre remaja merupakan bentuk dari budaya konsumerisme, khususnya kelas menengah setelah Perang Dunia II, yang menyebar ke kota-kota di Amerika. Peristiwa ini menciptakan lahirnya konsumen remaja *baby boomer* yang tertarik dengan film mengenai diri mereka. Di Indonesia, kebangkitan film remaja bersamaan dengan meningkatnya kelas konsumen selama Orde Baru dan munculnya film *Catatan Si*



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

*Boy (1987)* (hlm. 54). Film *Boy* dianggap sebagai representasi remaja yang sesuai dengan nilai-nilai jaman pemerintahan Orde Baru Soeharto (hlm. 55).

Heryanto (2008) menambahkan bahwa film remaja selain diciptakan demi kebutuhan konsumen remaja, genre itu sendiri merupakan cerminan keragaman dan perubahan budaya populer remaja. Film remaja yang baik mengeksplorasi karakter dengan cara yang menarik dan berdasarkan pengalaman remaja pada fase tertentu sebagai seorang manusia. Film remaja Amerika Serikat memiliki sub-genre beragam berdasarkan pengalaman yang dilihat memiliki ciri khas. Di Asia Tenggara terdapat tiga jenis sub-genre, yaitu roman remaja, nostalgia remaja, karakter transisi remaja (hlm. 60).

Chopra-Gant (2006) menyatakan bahwa paska Perang Dunia II, Amerika Serikat diselimuti dengan suasana pesimis. Untuk mengakhiri *mood* pesimis ini, dibutuhkan sebuah *mood* positif. Yang dapat diubah adalah dengan memberikan genre musikal, komedi, dan roman yang populer kala itu (hlm. 4). Hal ini dibuktikan dengan adanya 11 judul film dari 16 judul yang populer pada tahun 1946 dapat dikategorikan sebagai film bergenre musikal, komedi, dan roman (hlm. 13).

Kuhn dan Westwell (2012) menyatakan bahwa pada masa Orde Baru, kepemimpinan Soeharto yang didukung oleh militer Amerika Serikat menindas PKI, segera meregulasi kembali mengenai kebijakan impor yang menyebabkan naiknya dominasi produk-produk Amerika Serikat. Pada tahun 1967, industri film disubsidi dan pada pertengahan 1970-an, kuota impor film diperkenalkan kembali



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

setelah tadinya dilarang pada pemerintahan Orde Lama Soekarno. Pada era Orde Baru, terdapat beberapa genre yang populer, yaitu film komedi dengan aktor dan penyanyi Betawi, Benyamin Sueb, musikal dangdut, remaja (roman remaja), dan cerita rakyat (hlm. 229).

Film remaja populer pada tahun 1980an di Indonesia disebabkan oleh dua faktor. Yang pertama adalah terjadinya peningkatan kelahiran bayi paska kemerdekaan Indonesia. Jones dan Hull (1997) menyatakan bahwa generasi dari tahun 1950an hingga 1970an yang disebut sebagai generasi *baby boom* (hlm. 181). Yang kedua adalah meningkatnya perkembangan ekonomi Indonesia. Li dan Molona (2014) menyatakan bahwa permintaan yang tinggi akan minyak antara tahun 1968 dan 1971 meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia 8,7% per tahun (hlm. 542).

### 2.4. *Mise-en-Scene*

Pramaggiore dan Wallis (2008) menyatakan bahwa istilah *mise-en-scene* pertama kali digunakan pada teater dan memiliki makna pementasan adegan (*staging a scene*) melalui susunan yang berseni dari segi aktor, pemandangan, pencahayaan, properti, dan segala sesuatu yang akan diperlihatkan kepada penonton. Dalam film, *mise-en-scene* dirancang oleh *production designer* bersama dengan sutradara (hlm. 88). Elemen-elemen dalam *mise-en-scene* adalah *setting*, figur manusia, pencahayaan, dan komposisi yang mempengaruhi pengalaman penonton terhadap cerita, tokoh, ruang, dan waktu (hlm. 89).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

### *2.4.1. Setting*

Pramaggiore dan Wallis (2008) menyatakan bahwa s*etting* mengacu pada tempat di mana suatu kejadian terlaksana, baik yang terekam secara langsung pada tempatnya, maupun yang dibangun (*set*). *Set* dapat diperindah menggunakan teknik digitalisasi. Atribut ruang dari *setting* dapat menyumbangkan makna, seringkali dengan cara mengembangkan karakter, konflik, dan tema (hlm. 124).

Pramaggiore dan Wallis (2008) menambahkan bahwa dalam mengelola *setting*, terdapat teknik yang dapat digunakan untuk membangun dan menyusun bangunan dan benda pada lokasi sehingga mereka dapat mengurangi ukuran secara drastis dari *foreground* ke *background* yang dinamakan dengan *forced perspective*. Hal ini dikarenakan oleh mata manusia dengan menggunakan ukuran benda yang relatif sebagai ukurang kedalaman (*depth*), perbedaan yang besar antara *foreground* dan objek di *background* akan menciptakan ilusi lebih mendalam (hlm. 90).

Pramaggiore dan Wallis (2008) menambahkan bahwa tujuan utama *setting* adalah untuk menetapkan waktu dan tempat, untuk memperkenalkan ide dan tema, dan menciptakan suasana. Dalam beberapa genre sangat mementingkan *setting* dan waktu. Genre *western* berciri khas memiliki *setting* di Amerika barat daya pada abad ke-19 (Arizona), sedangkan film bergenre *gangster* bernuansa modern, sehingga berada di daerah perkotaan (hlm. 92).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

### 2.4.2. Figur manusia

Pramaggiore dan Wallis (2008) menyatakan bahwa performa aktor sebagai figur manusia dalam sebuah film sangat penting dalam menyampaikan pesan film. Kebanyakan film naratif menceritakan mengenai manusia dan konflik yang dihadapi. Pemilihan aktor, gaya *acting*, dan peletakan serta pergerakan aktor mempengaruhi reaksi penonton terhadap tokoh dalam film (hlm. 97).

Barry King (1985), seorang sarjana film, mengidentifikasi adanya dua kategori aktor berdasarkan cara mereka tampil dan diterima oleh penonton. *Impersonation*, menjelaskan hasil karya sang aktor yang terlihat menghilang ke dalam perannya. *Personification*, mengacu pada karya aktor yang tetap menjadi diri sendiri atau selalu bermain sebagai sendiri dan mungkin memiliki naskah yang ditulis secara khusus untuk mengeksploitasi atribut khususnya (hlm. 30).

#### 2.4.2.1. *Props*

Bordwell (2008) menyatakan bahwa *props* adalah objek yang berada di dalam *setting* dan memiliki fungsi dalam peradeganan. *Props* diambil dari kata *property*. Istilah ini berasal dari *mise-en-scene* pada teater (hlm. 117). Abram, Bell, dan Udris (2001) menyatakan bahwa properti dapat berwujud benda diam ataupun digunakan oleh aktor. Fungsinya adalah sebagai penambah kesan pada *setting* agar terlihat lebih meyakinkan (hlm. 94).

Hart (2016) menyatakan bahwa properti terbagi ke dalam dua kategori besar, yaitu *hand props* dan *set props*. *Hand props* adalah objek yang digunakan oleh aktor dengan tangannya. Tujuannya adalah untuk membantu memahami



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

cerita. Dalam beberapa film dan teater Broadway, *hand props* juga disebut sebagai *action props*. Tujuannya agar tidak mendefinisikan *hand props* sebagai objek yang dipegang atau dikendalikan oleh tangan (hlm. 2). *Set props* merupakan benda besar yang dapat dipindahkan dalam *set*, seperti perabotan. Secara garis besar, *set props* terbagi kedalam dua kategori, yaitu *trim props* dan *set dressing*. *Trim props* adalah properti yang berfungsi dengan cara digantung di tembok. *Set dressing* merupakan benda atau objek yang tidak digunakan oleh aktor (hlm. 8),

Hart (2016) menjelaskan bahwa *costume props* adalah benda atau aksesoris yang merupakan bagian dari kostum. Tujuannya adalah untuk menujukkan karakter dari tokoh (hlm. 7). Dalam teater terdapat *consumable props* atau disebut *perishable*, properti ini akan dikonsumsi pada saat pertunjukan (hlm. 8). *Running props* adalah properti yang harus diganti dengan replikanya yang baru, karena biasanya sudah tidak bisa dipakai atau terlihat tidak rapi. *Breakaway* adalah properti yang bertujuan untuk dirusakkan atau barang sekali pakai yang tidak berbahaya (hlm. 8)

Hart (2016) menambahkan bahwa dalam film dan televisi, *hand props* dibagi menjadi *background props*, *hero props*, dan *stunt props*. *Background props* adalah objek yang berada di latar belakang, sehingga tidak memerlukan detail yang jelas. *Hero props* adalah objek-objek yang direkam dari jarak *close-up*, sehingga memerlukan detail. *Stunt props* adalah objek yang digunakan untuk adegan-adegan berbahaya, sehingga memerlukan perhatian khusus pada sisi keamanannya (hlm. 3).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Hart (2016) juga menyatakan bahwa terdapat beberapa jenis sebutan lain untuk properti yang berhubungan dengan fungsi dan tujuannya, yaitu *practical*, *dummy props*, *actual props*, dan *rehearsal props*. *Practical* digunakan sebagaimana objek itu seharusnya berfungsi. *Dummy props* adalah objek yang tidak memiliki fungsi dan biasanya merupakan replika. *Practical* dan *dummy props* juga disebut sebagai *working props* dan *static props*. *Actual props* adalah objek yang benar-benar digunakan saat pertunjukan. *Rehearsal props* adalah objek yang digunakan saat latihan (hlm. 3).

LoBrutto (2002) menyatakan bahwa properti dapat dikumpulkan, didesain, atau dibeli oleh *property master*. Tanggung jawabnya yang lain adalah sebagai orang yang meletakkan dan menjaga properti selama proses *shooting* berlangsung. Dari naskah, *property master* akan mencari objek-objek tertentu yang secara spesifik dibutuhkan untuk cerita dan tokoh dalam cerita. Tugas mereka yang lain adalah mencari, membuat, membangun, menyewa, dan mengeksekusi desain. *Property master* bekerja di bawah naungan *set desainer* (hlm. 21).

LoBrutto (2002) menambahkan bahwa *property master* juga berdiskusi dan bekerja sama dengan *production desainer* untuk mengidentifikasi dan pergi membeli properti untuk kebutuhan cerita. Sumber yang dibutuhkan dapat berasal dari rumah industri properti untuk film dan teater, toko-toko khusus, toko antik, pegadaian, dan koleksi pribadi. Selama produksi, *property master* bertugas menjaga semua properti dan memerhatikan peletakannya pada setiap hari *shooting*, karena terkadang beberapa properti yang membutuhkan cadangan, agar tetap menjaga *continuity* dalam film (hlm. 50).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

#### 2.4.2.2. Kostum

Bordwell (2008) menyatakan bahwa peran kostum sama pentingnya dengan properti. Kostum juga memiliki fungsi dan berbagai kemungkinan yang sangat luas (hlm. 119). Kostum dapat memiliki peranan penting dan peran dalam cerita. Kepentingan peran figur manusia bagi pembuat film sangat penting. *Setting* menciptakan suasana yang natural dan kostumlah yang mengangkat tokoh dalam cerita. Dalam hal ini, pemilihan warna sangatlah penting (hlm. 122). Abrams, Bell, dan Udris (2001) menyatakan bahwa kostum membantu menciptakan karakter tokoh. Mereka dapat diletakkan pada periode tertentu, memperjelas kelas sosial dan gaya hidup, dan melakukan hal yang mungkin dan tidak mungkin (hlm. 94). Barnwell (2008) menyatakan bahwa sebuah karakter, film, atau genre dapat didefinisikan dari kostum (hlm. 124).

Menurut Richard (2010) kostum dapat berperan dalam *setting* dan menunjukkan ciri khas karakter, seperti kelas sosial, citra diri, bagaimana melihat dirinya di dunia, keadaan pikiran, situasi secara menyeluruh, dan seterusnya. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa kostum berfungsi sebagai salah satu elemen yang dapat membantu menyampaikan cerita. Dalam film yang menceritakan tentang masa lalu, *costume designer* memerlukan riset terhadap jenis pakaian yang dikenakan. Meski demikian, pakaian yang diciptakan tidak akan memiliki kesamaan yang persis. Pakaian yang dikenakan akan memiliki kemiripan dengan pakaian kita. *Costume designer* percaya dengan begitu, penonton akan melihat kostum dan menginterpretasikannya sesuai dengan pengalamannya (hlm. 170).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Bergan (2006) menyatakan bahwa tugas ini dijalankan oleh *costume designer*. Mereka merubah pakaian dan penampilan aktor secara keseluruhan agar dapat berpenampilan sesuai dengan cerita. *Costume designer* menjalankan tugasnya dengan sutradara, sinematografer, dan *production designer* untuk mendesain pakaian. Pekerjaan lainya adalah melakukan penelitian terhadap jenis pakaian agar sesuai dengan jaman cerita, warna, pemilihan bahan, dan menyocokkan pakaian dengan tubuh aktor (hlm. 102).

LoBrutto (2002) menyatakan bahwa seorang *costume designer* harus memiliki pemahaman yang dalam terhadap cerita dan tokoh dalam cerita dalam menentukan pakaian yang akan dikenakan (hlm. 53). Terkadang, kostum harus dibuat dari sketsa hingga menjadi satu kesatuan yang utuh agar dapat disesuaikan dengan cerita, karakter, dan tokoh. Dalam mengerjakannya, *costume designer* menentukan warna dan tekstur yang nantinya akan disetujui oleh sutradara dan *production designer*. Tolak ukur seorang *costume designer* dalam membuat pakaian adalah periode, lokasi, kelas sosial, pekerjaan, dan karakter tokoh dalam cerita (hlm. 54).

### 2.4.3. Pencahayaan

Pramaggiore dan Wallis (2008) menyatakan bahwa cahaya merupakan keperluan dasar dalam film, karena tanpanya lensa tidak akan dapat merekam gambar apapun. Pencahayaan termasuk bagian dari *mise-en-scene* karena dapat memperlihatkan *set* dan aktor yang dapat didesain untuk menciptakan sebuah suasana dan efek. Dengan bantuan cahaya, penonton juga akan lebih dapat



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

memahami karakter tokoh, memperhatikan tindakan tertentu, menentukan tema, dan menciptakan suasana (hlm. 107).

Pramaggiore dan Wallis (2008) menambahkan terdapat tiga atribut dalam pencahayaan, yaitu kualitas pencahayaan (keras atau lembut), peletakan cahaya (arah datang cahaya), dan kontras cahaya (tinggi atau rendah) (hlm. 107). Sumber cahaya yang lain adalah *available light*, cahaya yang tersedia secara alami, seperti cahaya matahari. Jenis cahaya yang paling digemari oleh para pembuat film adalah *magic hour*, kondisi di mana cahaya matahari akan terbit atau ketika matahari akan terbenam. Efek cahaya yang ditimbulkan menciptakan efek bersinar (hlm. 108).

### 2.4.4. Komposisi

Pramaggiore dan Wallis (2008) menyatakan bahwa komposisi dijelaskan sebagai penyusunan visual terhadap objek, aktor, dan ruang di dalam sebuah *frame*. Cara pembuat film mengatur komposisi mungkin dapat mengulangi tema dan ide, tapi juga dapat dipilih untuk menciptakan sebuah efek visual. Komposisi dapat berdasarkan keseimbangan antara kanan dan kiri dalam *frame*, posisi diagonal, *framing*, *foreground-background*, terang-gelap, dan warna (hlm. 112).

## 2.5. Globalisasi

Rais (2008) menyatakan bahwa terdapat sebuah definisi mengenai globalisasi bahwa globalisasi merupakan proses interkoneksi yang terus meningkat yang terjadi di masyarakat sehingga menyebabkan kejadian-kejadian dari satu negara dapat mempengaruhi negara yang lain. Globalisasi merupakan dunia di mana



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

peristiwa-peristiwa baik secara politik, ekonomi, budaya, dan sosial semakin terjalin erat dan berdampak semakin besar (hlm. 11). Scholte (2014) menyatakan bahwa globalisasi dapat diartikan menjadi lima ide pokok yang memiliki kesinambungan satu sama lain. Kelima ide itu adalah globalisasi sebagai internasionalisasi, globalisasi sebagai liberalisasi, globalisasi sebagai universalisasi, globalisasi sebagai werternisasi, dan globalisasi sebagai respasialisasi (usaha mengatasi hambatan jarak dan waktu) (hlm. 3).

Scholte (2014) menjelaskan bahwa globalisasi sebagai internasionalisasi adalah proses saling melewati pembatas negara sehingga dapat terjalin pertukaran pertumbuhan secara internasional dan saling ketergantungan antar negara. Bukti nyata dari definisi ini dapat dilihat dari adanya gerakan secara besar-besaran antar warga negara, penyebaran penyakit, pertukaran informasi dan ide (hlm. 16). Globalisasi sebagai liberalisasi adalah proses menghilangkan batas antar negara dan pergerakan antar negara untuk menciptakan sebuah keterbukaan, dan dunia tanpa batas dibidang ekonomi. Bukti akan adanya globalisasi ini dapat dilihat dari pengurangan secara besar-besaran atau bahkan penghapusan peraturan yang menghambat perdagangan, pembatasan valuta asing, pengendalian modal, dan visa tertentu (hlm. 16).

Scholte (2014) menjelaskan bahwa globalisasi sebagai universalisasi adalah proses menyatukan dan meramalkan akan adanya sintesis budaya dalam masyarakat global. Kata global dalam ide ini merujuk kepada seluruh dunia. Bukti nyata dari adanya globalisasi sebagai universalisasi adalah menyebarnya berbagai objek dan pengalaman-pengalaman dari orang-orang dari seluruh dunia,



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

seperti mobil dan restoran *chinese food* (hlm. 16). Globalisasi sebagai westernisasi atau modernisasi, terutama dalam bentuk Amerikanisasi adalah proses dinamis di mana struktur sosial modernitas menyebar luas ke seluruh dunia dan menyebabkan hilangnya budaya yang sudah ada dan jati diri lokal dalam prosesnya. Dalam ide ini, globalisasi dapat dimaknakan sebagai penjajahan oleh *McDonald*, *Hollywood*, dan *CNN* (hlm. 16).

Scholte (2014) menjelaskan bahwa globalisasi sebagai respasialisasi adalah proses pengonfigurasian geografi sosial dengan meningkatnya hubungan antar penduduk diseluruh dunia. Beberapa penulis menyatakan bahwa globalisasi menuju ke arah yang berlawanan dengan teritorialisasi, yaitu pemutusan praktek-praktek yang berhubungan dalam bidang sosial, politik, atau budaya dari tempat asal atau populasi mereka. Ruang sosial tidak lagi dapat dipetakan secara utuh dengan kata tempat teritorial, jarak teritorial, dan batas teritorial (hlm. 16).

### 2.5.1. Westernisasi

Scholte (2014) menjabarkan westernisasi sebagai salah satu konsep globalisasi yang umum. Globalisasi dianggap sebagai suatu jenis universalisasi, di mana struktur sosial modernitas (kapitalisme, industrialisme, rasionalisme, urbanisme, individualisme, dll) menyebar ke seluruh umat manusia, dalam prosesnya menghancurkan budaya yang sudah ada dan otonomi lokal. Dengan pemahaman seperti ini, globalisasi sering diartikan sebagai bentuk kolonilalisasi, amerikanisasi, dan *westoxification* (hlm. 52).

Scholte (2014) menambahkan bahwa terdapat banyak perdebatan yang memandang globalisasi sebagai liberalisasi atau westernisasi. Mereka



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

menganggap bahwa globalisasi dalam artian liberalisasi dan westernisasi menciptakan sinkronisasi budaya secara mendunia. Dalam perdebatan ini, globalisasi telah disamaartikan sebagai penghancuran gaya hidup tradisional ketika telah menyimpang ke budaya hidup barat yang dominan. Akibatnya adalah adanya penggabungan satu budaya pada konsumerisme, media massa, *Americana*, dan Bahasa Inggris (hlm. 26).

### 2.5.2. Proses Globalisasi Dunia

Hartati dan Sarwono (2011) menyatakan bahwa globalisasi adalah sebuah gejala baru yang dihadapi oleh manusia pada penghujung abad ke-20. Prosesnya yang panjang dalam sejarah telah menghadapi enam tahapan. Tahapan-tahapan ini adalah tahap embrional, pertumbuhan, *take off*, perjuangan hegemoni, ketidakpastian, dan kebudayaan global (hlm. 157).

1) Tahap Embrional (1500-1800)

   Pada bulan September 1522, Sevilla telah berada di Spanyol. Mereka melakukan pelayaran keliling dunia untuk yang pertama kalinya dan memperkenalkan rute-rute pelayaran yang aman dan membuktikan bahwa bumi berbentuk bulat.

2) Tahap Pertumbuhan (1810-1870)

   Pada tahun 1970-an, Eropa Barat mendapatkan keuntungan secara besar-besaran yang mengakibatkan kaum pedesaan mengalami kemiskinan karena hanya mendapatkan hasil yang sangat kecil. Hal ini makin memperburuk pada abad ke-19 dengan adanya gelombang imperialisme.

3) Tahap *Take Off* (1870-1920)



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Pada tahun 1870-an, terdapat beberapa negara di dunia yang diakui memiliki kedudukan yang sama dalam mengendalikan perekonomian dunia. Cina, India, dan Turki memiliki peranan penting dalam ekonomi bersama dengan Eropa Timur. Tidak jauh berbeda dengan perekonomian global saat ini, di mana posisi penting dalam menjalankan ekonomi dan politik dunia dimiliki oleh Jepang, Eropa, dan Amerika Serikat.

4) Tahap Perjuangan Hegemoni (1920-1960)

Hasil akhir dari Perang Dunia I menyebabkan banyaknya gelombang nasionalisme di negara-negara dunia ketiga yang perlahan menurunkan kekuasaan Eropa dalam mengendalikan perekonomian global. Hingga akhirnya, kepemimpinan ekonomi global beralih ke Amerika Serikat yang mulai mendominasi ekonomi global setelah Perang Dunia II.

5) Tahap Ketidakpastian (1960-1990)

Sejak Perang Dunia II berakhir hingga tahun 1970-an, perekonomian dunia dikuasai oleh Amerika Serikat. Sekarang, produk domestik bruto (PDB) sebesar 45% dikuasai oleh Uni Eropa, Jepang, dan negara-negara industri di Asia Tenggara dan Timur (Korea, Taiwan, dan Singapura) serta Cina sebagai penggerak utamanya. Amerika Serikat menguasai sisanya dan menjadi penguasa perekonomian global terbesar.

6) Tahap Kebudayaan Global (setelah 1990)

Banyak yang berpendapat bahwa proses globalisasi merupakan kehidupan yang serba luas dan tanpa batas, sehingga pengaruhnya dapat mengubah



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

tatanan kehidupan bangsa lain di bidang politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

### 2.5.3. Ciri-ciri Globalisasi

Hartati dan Sarwono (2011) juga menambahkan bahwa terdapat beberapa ciri yang menandakan adanya perkembangan fenomena globalisasi di dunia. Yang pertama adalah perkembangan teknologi komunikasi dan perpindahan warga asing untuk melakukan wisata ke negara lain. Yang kedua, munculnya ketergantungan dalam proses produksi dan memasarkan produk ke negara-negara lain demi tercapainya pertumbuhan perdagangan internasional. Ketiga adalah meningkatnya interaksi kebudayaan melalui perkembangan media. Yang terakhir adalah meningkatnya masalah bersama di bidang lingkungan hidup, krisis multinasional, inflasi regional (hlm. 163).

### 2.5.4. Dampak Globalisasi di Bidang Sosial Budaya

Hartati dan Sarwono (2011) menyatakan bahwa kebudayaan adalah nilai-nilai yang dipercayai oleh masyarakat sekitar ataupun persepsi terhadap berbagai hal. Baik nilai-nilai, maupun persepsi yang berkaitan dengan aspek-aspek kejiwaan atau psikologis. Aspek-aspek kejiwaan ini menjadi penting artinya apabila disadari, bahwa tingkah laku seseorang sangat dipengaruhi oleh apa yang ada dalam alam pikiran yang bersangkutan. Salah satu hasil pemikiran dan penemuan seseorang adalah kesenian, yang merupakan bagian dari kebudayaan (hlm. 169).

Hartati dan Sarwono (2011) menambahkan bahwa salah satu efek globalisasi terhadap budaya terlihat pada budaya konsumsi. Coca-Cola dan McDonald merupakan merek-merek yang berasal dari Amerika Serikat. Produk-



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

produknya diiklankan melalui televisi di berbagai belahan dunia. Dengan begitu adanya produk yang dikonsumsi dan dinikmati oleh penduduk Amerika Serikat akan tersebar dan dinikmati juga oleh orang-orang di berbagai belahan dunia (hlm. 169).

Hartati dan Sarwono (2011) menjelaskan ciri-ciri dari berkembangnya globalisasi kebudayaan: berkembangnya pertukaran kebudayaan antar negara, penyebaran prinsip multikebudayaan dan mudahnya mengakses suatu kebudayaan lain di luar kebudayaannya, berkembangnya turisme dan pariwisata, semakin banyaknya imigrasi dari antar negara, berkembangnya mode yang berskala global, seperti pakaian, film, dan lain-lain, dan bertambah banyaknya acara-acara berskala global, seperti piala dunia *FIFA* (hlm. 169).

## 2.6. Ikonografi

Sassoon (1997) menyatakan bahwa ikonografi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *eikonographia*. Kata *eikon* berarti sebuah gambar. Jika diterjemahkan secara keseluruhan maka memiliki arti sketsa atau gambaran dari gambar. Pada masa prasejarah, ikonografi memiliki peran penting pada peradaban dalam setiap perkembangannya yang sangat berhubungan dengan penyimpanan dan komunikasi informasi. Hal ini menjadikan ikonografi tidak hanya penting dalam perkembangan penulisan, tapi juga dalam naskah fonetik. (hlm. 12).

Jill (2012) menyatakan bahwa istilah ikonografi diambil dari sejarawan seni Erwin Panofsky. Dalam diskusinya mengenai seni renaisans, Panofsky menyarankan adanya sebuah tema atau konsep yang terekspresikan melalui objek



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

atau acara simbolis. Secara sederhana dapat dinyatakan bahwa dalam membicarakan ikonografi sebuah genre, diperlukan analisa genre yang melibatkan identifikasi, deskripsi dan interpretasi objek sinematik, kejadian, figur, dan sebagainya untuk melihat bagaimana satu jenis film ditandai berbeda dari film yang lain berdasarkan perbedaan dalam konvensi visual. (hlm. 195).

Grant (2007) juga menambahkan pada genre *western*, para koboi yang mengenakan pakaian serba hitam dan membawa dua senjata yang diikatkan pada salah satu pahanya selalu menjadi tokoh penjahat. Kostum seperti ini merupakan ikonografi umum yang memiliki hubungan sedikit dengan sejarah. Dalam film horror, protagonis menggunakan salib untuk mengusir vampir. Salib merupakan ikonografi keagamaan, sehingga mendukung ikonografi film yang secara simbolis dapat diartikan sebagai nilai tradisi umat Kristen untuk menangkal segala bentuk ancaman yang terdapat pada film vampire (hlm. 12).

Selanjutnya, Grant (2007) menyatakan bahwa ikonografi juga dapat mengarah kepada *mise-en-scene* secara umum. Salah satunya adalah *low-key lighting* dan desain *gothic* dalam film horor untuk kepentingan melodrama. Ikat pinggang senjata dan topi S*tetson* merupakan ikon *western*, sama halnya dengan *lighting chiaroscuro* yang sangat ikonografi dalam film *noir*. Ikonografi menyediakan informasi hanya dengan visual yang singkat. Pakaian bergaris, kaos hitam, dan dasi putih dapat menyampaikan di mana posisi tokoh tersebut, seperti orang jahat mengenakan topi hitam dan orang baik mengenakan topi putih (hlm. 12).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Grant (2007) menyatakan bahwa meski setiap ikon dalam genre sebuah film telah memiliki makna, namun dapat diinterpretasikan atau memiliki nilai yang tidak tetap. Representasi setiap ikon pada genre film tertentu memiliki hubungan ke bentuk dalam dan ke bentuk luar yang mengindikasikan sikap dan tema film (hlm. 12). Ikonografi dalam film horor seperti salib merupakan ikon umat Kristiani dan ideologi yang dominan, dalam film dapat menunjukkan kritik atau dukungan terhadap ideologi tersebut (hlm. 13).

## 2.7. Sejarah alat musik dan olahraga

Gambar 2.5.4.1. Bola basket
(upload.wikimedia.org)

Levinson dan Christensen (2005) menyatakan bahwa bola basket pertama kali dimainkan pada Desember tahun 1891 di Massachusetts, Amerika Serikat. Sejak saat itu, permainan ini dimainkan di seluruh dunia di 170 negara. Permainan bola basket diciptakan oleh James Naismith. Tujuan awal dari aktivitas ini adalah untuk memberikan edukasi fisik berkualitas selama menghadiri sekolah untuk pekerja Kristen. Pada tahun 1936, bola basket dimainkan untuk pertama kali di Berlin sebagai olahraga dengan perebutan medali (vol. 1. hlm. 175).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Bersadarkan situs PERBASI (Persatuan Bola Basket Seluruh Indonesia), permainan bola basket dibawa ke Indonesia oleh para perantau dari China. Disini mereka membuat komunitas permainan bola basket dan sekolah keturunan China. Pada tahun 1948, permainan bola basket masuk PON (Pekan Olahraga Nasional) I di Solo untuk pertama kali di tingkat nasional. Tonny Wen dan Wim Latumeten merupakan tokoh terciptanya PERBASI, sebuah organisasi bola basket di Indonesia, pada tahun 1951. PERBASI diterima menjadi anggota FIBA (Fédération Internationale de Basketball) atau Federasi Bola Basket Internasional pada tahun 1953 dan setahun kemudian tim bola basket Indonesia mengikuti Asian Games Manila.

Gambar 2.5.4.2. *Boombox*
(stereo80s.com)

Menurut Browne (2001) *boombox* atau yang dikenal juga dengan *jam box* atau *boogie box*, merupakan radio dengan teknologi menghasilkan suara stereo yang secara portabel, biasanya dilengkapi dengan perekam atau pemain kaset. Pada tahun 1970, *boombox* pertama kali dikembangkan di Jepang. *Boombox* muncul di Amerika Serikat pada pertengahan tahun 1970. Benda ini sangat



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

populer di kalangan penduduk Afrika-Amerika dan anak muda Hispanik (hlm. 110).

Salah satu perusahaan produksi *boombox* adalah Sharp. Berdasarkan situs Sharp Global, Sharp dibangun oleh Tokuji Hayakawa di Jepang pada tahun 1912. Berdasarkan situs perusahaan Sharp Indonesia, pada tahun 1969, PT. Yasonta didirikan oleh Martua R. Pangabean dan Jauw Tjong Kie. Pada tahun 1970, Sharp menandatangani perjanjian kerja sama dengan PT. Yasonta untuk menjadi agen pemasaran dan pabrik perakitan untuk produk televisi dan audio di Indonesia.

Gambar 2.5.4.3. Gitar
(clipartfest.com)

Shepherd (2003) menyatakan bahwa gitar adalah instrumen dengan fret dan senar dengan jangkauan gaya dan suara yang sangat luas. Bentuk dasar gitar terdiri dari kepala (*head*), leher (*neck*) yang panjang, dan permukaan tipis yang menutupi keseluruhan badan (*body*) gitar. Dapat dikatakan bahwa pendahulu dari gitar merupakan *lute* dan *vihuela* (hlm. 279). *Lute* merupakan alat musik senar favorit bagi kaum bangsawan Eropa pada masa renaisans hingga awal era modern. Sedangkan, *vihuella* muncul di Spanyol dan Italia antara ke-15 dan 16 dan mendapatkan perhatian khusus di Spanyol. Pada abad ke-15, muncul juga *guitarra* di Spanyol, yang dipercaya sebagai penerus langsung dari gitar modern. Hingga



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

akhirnya pada abad ke-19, gitar memiliki banyak perkembangan dan mendapatkan bentuk yang sempurna (hlm. 280).

Edmondson (2013) menyatakan bahwa gitar, pemainnya, dan musiknya telah menyumbangkan pengalaman suara, kerinduan, keinginan, harapan, ketakutan, dan aspirasi bagi beragam penduduk Amerika Serikat. Diawali dari seorang musisi Robert Johnson, seorang penyanyi *delta blues*, dengan 29 lagunya yang direkam pada tahun 1930-an di Misisipi, telah mempengaruhi budaya musik populer bagi warga Amerika Serikat. Dari genre musik Misisipi *delta blues*, ke *Chicago blues*, hingga *R&B*, musik-musik dengan instrumen dasar gitar di kalangan warga afrika-amerika pada tahun 1930 hingga 1950-an telah mempengaruhi lagu *rock* yang populer dikalangan remaja (hlm. 524).

Edmondson (2013) menambahkan bahwa perkembangan gitar di Amerika Serikat dipengaruhi oleh gitar itu sendiri dan pemainnya. Dua pabrik gitar yang paling berpengaruh saat itu adalah Gibson dan Martin. Gitar akustik merek dari kedua pabrik ini sangat dihormati. Perkembangan selanjutnya dari gitar akustik adalah gitar elektrik. Gitar ini diciptakan oleh Gibson (hlm. 525).

Edmondson (2013) menjelaskan bahwa Chet Atkins, penyanyi bergenre *country* pada tahun 1950 dan 1960-an, dijuluki sebagai Mr. Guitar. Julukan ini diperoleh karena ciri khasnya dalam memetik gitar yang mirip dengan penyanyi *country* dari Kentucky, Merle Travis. Gaya Travis ini populer dikalangan *baby boom* pada tahun 1960an sehingga menginspirasi tiga penyanyi lagu bergenre folk Peter, Paul, dan Mary (hlm. 525). Batchelor (2008) menyatakan bahwa



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

popularitas musik folk menyebabkan gitar menjadi barang yang biasa dimiliki, terutama kalangan remaja (vol.3. hlm. 83).

Muda (2014) menyatakan bahwa gitar dibawa oleh orang Portugis pada abad ke-17. Tawanan Portugis tangkapan Belanda di Malaka saat itu berada di desa Tugu, Jakarta Utara. Agar tidak bosan, mereka memainkan musik dengan gitar. Perkenalan gitar pada masa itu, muncul gitar jenis lain pengiring musik Keroncong, yaitu gitar *morisca*, *rorenga*, dan *jitera* (hlm. 11).

Sakrie (2015) menyatakan bahwa perkembangan keroncong dibagi menjadi tiga masa, yaitu keroncong tempo doeloe (1880-1920), keroncong abadi (1920-1960), dan keroncong modern (1960-sekarang). Lagu keroncong menyebar ke seluruh nusantara pada abad ke-19 (hlm. 48). Pada tahun 1960-an, musik keroncong mulai tergeser dengan masuknya musik genre populer yang menarik perhatian masyarakat, terutama remaja. Setelah itu, musik keroncong dijadikan sebagai tradisi populer remaja Indonesia dengan perpaduan antara alat musik modern, seperti gitar elektrik, *keyboard*, drum, dan sebagainya (hlm. 49).

Menurut situs yang ditulis oleh Sakrie (2015) dalam tulisannya yang berjudul *Selayang Pandang Folk Indonesia*, tahun 1950an dan 1960an merupakan masa di mana lagu dengan aransemen barat dipadu dengan musik Indonesia sangat populer. Kemunculan lagu *folk* Amerika Serikat di Indonesia yang populer di kalangan remaja dinyanyikan oleh Bob Dylan, Joan Baez, hingga kelompok Crosby Stills, Nash, & Young. Lagu-lagu mereka diputarkan di radio hingga



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

tahun 1970an yang menyebabkan ketertarikan kalangan pelajar hingga mahasiswa memetik gitar dan bernyanyi.

Dalam situs ini, Sakrie (2015) juga menambahkan bahwa di Indonesia, tokoh lagu *folk* adalah Gordon Tobing. Grup Impalanya sering dikirim ke luar negeri untuk misi kebudayaan. Lindsay dan Liem (2012) menyatakan bahwa lagu-lagu yang dinyanyikan oleh remaja dalam misi kebudayaan berlangsung dalam festival World Festivals of Youth and Students. Paduan suara merupakan acara utama dalam festival dan penyanyinya diberikan medali dengan kategori musik *folk* terbaik (hlm. 211). Sakrie melanjutkan bahwa di dalam negeri juga terdapat festival musik *folk* yang bernama Parade Folk Song di Youth Center Bulungan, Jakarta Selatan, pada tahun 1973, Pesta Folk Songs Se Jawa di Gedung Merdeka Jalan Asia Afrika, Bandung dan Parade Folk Songs di Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 1974.

Dalam situs ini, Sakrie (2015) juga menjelaskan bahwa popularitas gitar selain dalam pengaruh musik *folk*, majalah juga menjadi sumber informasi lagu-lagu saat itu. Majalah MG (Musik Gitar) menawarkan musik populer yang disertakan dengan paduan nada gitar pada tahun 1976. Majalah ini diterbitkan oleh Yayasan Penggemar Musik dan Gitar (YPMG) dengan target pasar remaja yang pada masanya sedang diisi dengan musik.



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.4. Gramofon
(www.sencor.eu)

Menurut Holmes (2006) gramofon adalah alat pemutar piringan. Nama ini diberikan Emil Berliner kepada mesin berbicaranya pada tahun 1887 yang menggunakan cakram. Pada abad ke-19, gramofon dan fonograf memiliki arti yang sama, yaitu mesin yang memainkan cakram. Perbedaan dari kedua benda ini terletak pada media perekam suara pada fonograf, yaitu sebuah silinder. fonograf merupakan mesin milik Thomas Edison. Paten untuk cakram gramofon pertama kali dimiliki oleh Edison pada tahun 1878 (hlm. 123).

Bartchelor (2008) menyatakan bahwa gramofon yang dapat memutar kembali suara yang disimpan dengan silinder maupun piringan telah terjual sebanyak 27 juta pada tahun 1909 (vol. 1. hlm. 186). Penjualan lembar dan rekaman musik populer ke teater, klub malam, rumah bordil, dan rumah warga Amerika Serikat. Pada tahun 1920, 200an perusahaan memproduksi gramofon, silinder, dan piringan. Tolak ukur penjualan rekaman yang berawal dari penjualan lembar musik berganti menjadi ke penjualan rekaman pada pertengahan tahun 1920 (vol. 1. hlm.315). Kemunculan diskotik menarik minat remaja dan lebih



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

memilih mendengarkan musik dari rekaman dibandingkan dengan pertunjukan langsung (vol. 3. hlm. 61).

Sakrie (2015) menyatakan bahwa pada awal 1900-an, fonograf atau gramofon diimpor dari Amerika Serikat ke Hindia Belanda (hlm. 2). Sejak tahun 1903 hingga 1917, masuk berbagai label rekaman ke Indonesia. Pada masa itu, fonograf merupakan barang mewah dengan harga yang mahal (hlm. 3). Pada tahun 1905, Tio Tek Hong, seorang pengusaha rekaman, mulai memasarkan piringan hitam (hlm. 4). Lagu Indonesia Raya juga pernah direkam dengan piringan hitam dan tersebar luas di seluruh Nusantara dengan tujuan agar lagu ini dapat tersebar luas (hlm. 6).

Gambar 2.5.4.5. Kotak musik
(cdn0.rubylane.com)

Shepherd (2003) menyatakan bahwa kotak musik merupakan sebuah instrumen mekanik yang biasanya dimainkan oleh jam. Musik akan bermain berdasarkan susunan pegas baja atau gigi seperti sisir. Anjing laut, botol parfum, kotak rokok, dan jam saku diproduksi dengan kemampuan untuk memainkan melodi sederhana. Pada tahun 1851, pengrajin Swedia memproduksi kotak musik.



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Namun, karena harganya yang mahal, maka kotak musik ini tidak terlalu diminati (hlm. 332). Pada saat ada pameran kotak musik di Jerman pada tahun 1886, kotak musik tampil dengan harga yang murah. Hal ini menyebabkan runtuhnya monopoli pasar kotak musik dari Swedia. Sejak saat itu, kotak musik mengalami penurunan kualitas dan harga (hlm. 333).

Shepherd (2003) menambahkan bahwa setelah Perang Dunia II, beberapa industri kecil memproduksi kotak musik untuk sesuatu yang baru dan dan pasar turis. Perusahaan-perusahaan kecil ini terus memproduksi hingga akhirnya bangkrut atau saling bergabung. Reuge merupakan merek berteknologi tinggi yang diproduksi secara terbatas untuk para kolektor dan pasar-pasar investor. Di Jepang, Sankyo Seiki merupakan perusahaan kotak musik terbesar (hlm. 333).

Berdasarkan koleksi museum Radya Pustaka, salah satu kotak musik di Indonesia berasal dari Perancis. Kotak musik ini digunakan oleh Napoleon Bonaparte sebagai hadiah untuk Paku Buwana IV, raja Surakarta, yang memerintah dari tahun 1788 hingga tahun 1820. Ciri khas dari kotak musik ini adalah hiasan bunga, burung, dan lukisan bunga pada sisi kotak. Kotak musik ini juga memiliki pengait yang dapat diputar.



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

## 2.8. Sejarah kendaraan

Gambar 2.5.4.1. Sepeda onthel
(4.bp.blogspot.com)

Green dan Lawrence (2007) menyatakan bahwa sepeda pertama kali diciptakan di Perancis oleh Karl von Drais pada tahun 1817. Mesin ini hanya memiliki dua roda, tempat duduk, dan stir pengendali. Mesin ini dinamakan *laufmachine*, yang berarti mesin berlari (hlm. 5). Perkembangan terus dilakukan dengan menambah gigi dan rantai, mengubah komponen bingkai, menambah pedal (hlm. 7). Menurut Harian Bernas, sepeda yang masuk ke Indonesia dibawa oleh orang Belanda saat Indonesia masih dijajah. Sepeda yang dibawa bermerek dari Inggris dan Belanda.

McDonogh, Gregg, dan Wong (2001) menyatakan bahwa prestasi Greg Lemond, pembalap sepeda Amerika Serikat pada tahun 1986, 1988, dan 1989 yang memenangkan perlombaannya, tidak membuat sepeda akrab dalam kehidupan sehari-hari. Sebelumnya sudah ada sebuah film yang mengangkat topik sepeda, yaitu *Breaking Away* (1979) karya sutradara Peter Yates, yang dianggap sebagai film sepeda terbaik di Amerika. Saat itu, sepeda hanya merupakan kendaraan sehari-hari. Sejak saat itu, sepeda menjadi kendaraan sehari-hari (hlm. 124).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

McDonogh, Gregg, dan Wong (2001) menambahkan bahwa Paska Perang Dunia II, sepeda menjadi kendaraan yang digunakan saat bertumbuh kembang anak dan hiburan bagi orang dewasa. Penjualan sepeda mencapai puncaknya pada tahun 1973 dengan penjualan 15 juta unit. Bagi remaja, sepeda kalah dibandingkan dengan popularitas mobil yang dapat menunjang kelas sosial atau sekedar kendaraan kuliah. Sepeda digunakan juga pada akhir pekan dan dapat berkendara di taman dan pantai (hlm. 124).

Gambar 2.5.4.2. Daihatsu Charmant
(autocade.net)

Berdasarkan *databook* 2016 Daihatsu, perusahaan ini didirikan oleh Yoshiaki Yasunaga, Seishiro Tsurumi, Saneyasu Oka, Masashi Kuwabara, dan Zenjiro Takeuchi di Jepang dengan nama Hatsudoki Seizo Co., Ltd. pada tahun 1907. Pada tahun 1951, perusahaan ini berganti nama menjadi Daihatsu Motor Co., Ltd. Kata Daihatsu berasal dari kata *dai* yang berarti kota Osaka dan *hatsu* yang berarti mesin. Menurut situs Astra Indonesia, Daihatsu masuk ke Indonesia pada tahun 1973 sebagai distributor dan mendirikan PT. Astra Daihatsu Indonesia pada tahun 1978.

Batchelor (2008) menyatakan bahwa Henry Ford merupaka orang Amerika Serikat yang menjembatani antara mobil dengan pembeli. Dengan produksi secara massal, warga Amerika Serikat dapat membeli mobil dengan



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

harga yang lebih murah (vol. 1. hlm. 90). Mobil model T pada tahun 1908 dipasarkan. Selama 20 tahun, Ford hanya menjual mobil model T berwarna hitam. Penjualannya pada tahun 1914 mencapai 248.000 mobil (vol. 1. hlm. 91).

Batchelor (2008) menambahkan bahwa popularitas mobil paska Perang Dunia II meningkatkan konsumsi akan *drive-in theater*. Sebelum perang Dunia II, mobil yang menonton di teater ini sekitar 100 mobil sejak 1933 hingga akhirnya pada tahun 1950 mencapai 2.200 mobil (vol. 2. hlm. 232). Meningkatnya pengguna mobil pribadi di Amerika Serikat menyebabkan aktivitas ini populer di kalangan remaja. Kemudahan dalam menonton tanpa harus berpakaian rapi, tidak merepotkan, dan murah merupakan faktor teater ini digemari keluarga kelas menengah dan remaja yang membutuhkan tempat berpacaran (vol. 2. hlm. 233).

Batchelor (2008) menjelaskan bahwa kemunculan mobil dalam film-film Amerika Serikat menunjukkan adanya konsep bahwa mobil merupakan representasi budaya populer di warga Amerika. Tahun 1950an merupakan masa-masa periklanan mobil melalui film yang menunjukkan kebutuhan mobil pribadi pada masa itu (vol. 2. hlm. 372). Film dan televisi menunjukkan peningkatan popularitas pada tahun 1960an dengan memberi kesan seksi dan jiwa petualang (vol. 3. hlm. 114). Pada tahun 1969, 80% warga di Amerika Serikat setidaknya memiliki satu mobil (vol. 3. hlm. 113).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.3. Honda Astrea
(roda2makassar.files.wordpress.com)

Berdasarkan situs Honda Worldwide perusahaan Honda didirikan pada tahun 1948 di Jepang oleh Soichiro Honda. Menurut situs Astra Indonesia, Honda mendirikan perusahaannya di Indonesia pada tahun 1971 melalui perusahaan multinasional Astra International dengan nama PT. Federal Motor. Berdasarkan situs Astra Honda Motor, perusahaan ini merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia. Pada tahun 2001, PT. Federal Motor berubah nama menjadi PT. Astra Honda Motor.

McDonogh, Gregg, dan Wong (2001) menyatakan bahwa lebih dari 50 tahun, motor sudah menjadi bagian dari budaya populer di Amerika Serikat, baik untuk olahraga, rekreasi, kepolisian, militer, atau sekedar alat transportasi. Citra yang ditampilkan motor adalah kebebasan, kekerasan, pengambil resiko, kejantanan, dan pergerakan. Kemunculannya dalam lagu, film, dan novel pada abad ke-20 membantu pembentukan terhadap budaya populer di Amerika Serikat (hlm. 760).

McDonogh, Gregg, dan Wong (2001) menambahkan bahwa film *The Wild Ones* (1953) karya sutradara Laslo Benedek menunjukkan citra pengendara motor yang memiliki sifat pemberontak, peminum, dan pembalap liar. Beberapa bioskop



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

di Amerika Serikat dan di Inggris melarang pemutaran film ini karena takut akan menimbulkan keributan. Motor *Harley Davidson* merupakan motor dengan mesin buatan Amerika Serikat dan diakui sebagai motor terindah di dunia (hlm. 760).

Gambar 2.5.4.4. Mitsubishi Lancer
(admiralauto.ru)

Berdasarkan situs perusahaan Mitsubishi, perusahaan ini dibangun oleh Yataro Iwasaki pada tahun 1870 di Jepang. Mitsubishi berasal dari kata *mitsu* yang berarti tiga dan *hishi* yang berarti kacang kastanya. Menurut situs resmi Mitsubishi Motors Indonesia, perusahaan ini didirikan di Indonesia sejak 1970 dengan nama PT. New Marwa 1970 Motors. Pada tahun 1973 berganti nama menjadi PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors. Perusahaan ini berfokus sebagai distributor resmi kendaraan Mitsubishi Motors di Indonesia. Pada tanggal 1 April 2017, perusahaan ini mengalihkan bisnis distribusi kendaraan penumpang dan niaga ringan ke PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Sales Indonesia (MMKSI).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.5. Toyota Land Cruiser
(assets.fj.co)

Berdasarkan situs Toyota Global, perusahaan bermerek mobil Toyota pertama kali dibangun pada 1937 di Jepang. Mobil bermerek Toyota masuk ke Indonesia pada tahun 1971 melalui perusahaan multinasional *Astra International* dengan berdirinya PT. Toyota Astra Motor. Bedasarkan situs resmi Toyota Astra Indonesia, perusahaan ini berfokus pada importir dan distributor kendaraan bermerek Toyota sekaligus mengembangkan jaringan penjualan.

Gambar 2.5.4.6. Piaggio Vespa
(www.vespa-cult.com)

Menurut situs Vespa Indonesia, perusahaan Piaggio dibangun pada tahun 1884 oleh Rinaldo Piaggio di Genoa, Italia. Awalnya perusahaan ini bergerak di bidang mesin kayu, kemudian perlengkapan kapal, hingga menjadi perusahaan pesawat terbang dan amfibi yang berbahan kayu dan kanvas. Pada Perang Dunia



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

II, perusahaan ini di bom karena merupakan perusahaan manufaktur pesawat terbesar di Italia.

Gambar 2.5.4.7. Volvo 740
(car-pictures.cars.com)

Berdasarkan situs ini, pada tahun 1946, Rinaldo menugaskan Enrico Piaggio, anaknya, untuk membangun kembali perusahaannya. Bentuk awal dari kendaraan ciptaan Enrico selesai pada April 1946. Vespa berarti lebah. Nama ini digunakan setelah melihat hasil kendaraannya yang seperti bentuk lebah. Setyautama (2008) menyatakan bahwa Tan Chin Hin merupakan orang yang mendirikan PT. Dan Motor di Indonesia untuk memproduksi vespa (hlm. 347).

Berdasarkan situs Volvo Club Inggris, Volvo didirikan oleh Assar Gabrielsson and Gustaf Larson pada tahun 1927 di Swedia. Volvo berasal dari bahasa Latin yang berarti saya berputar. Menurut berita harian Kompas Otomotif, Volvo telah dipasarkan di Indonesia sejak tahun 1974 oleh Salim Group. Pada tahun 1982, Salim Group mengakuisisi PT. Indomobil Investment Corporation yang dibangun pada 1976 dan menyerahkan pemasaran Volvo pada Indomobil. Menurut situs resmi Indomobil, pada tahun 1987, perusahaan ini berganti nama menjadi PT. Indomobil Sukses Internasional Tbk.



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.8. Yamaha RX King

(3.bp.blogspot.com)

Berdasarkan situs Yamaha Motor Indonesia, perusahaan ini didirikan oleh Genichi Kawakami pada tahun 1953 di Jepang. Logo Yamaha Motor mirip dengan Yamaha alat musik. Tiga garpu tala menggambarkan tiga pilar perusahaan, yaitu teknologi, perusahaan, dan penjualan. Menurut situs Yamaha Motor Indonesia, Yamaha berdiri sejak 1974 dengan nama PT. Yamaha Indonesia Motor Mfg.

## 2.9. Sejarah makanan

Gambar 2.5.4.1. A&W

(2.bp.blogspot.com)



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Berdasarkan situs resmi A&W Indonesia, A&W berasal dari California, Amerika, yang didirikan pada tahun 1919. Perusahaan ini didirikan oleh Roy W. Allen yang populer dengan menjual Root Beer kepada tentara Perang Dunia I. A&W berawal dengan restoran yang bernama *RB*, lalu berganti nama menjadi A&W sesuai dengan nama kedua pendirinya, Roy W. Allen dan Frank Wright. A&W pertama kali membuka outletnya di Indonesia pada tahun 1985 hingga sekarang.

Knight (2014) menyatakan bahwa banyaknya pengguna mobil di Amerika Serikat pada tahun 1930an, membuat restoran cepat saji banyak dikunjungi oleh konsumen. Para remaja berkendara untuk makan di dalam restoran cepat saji (hlm. 571). Forshee (2006) menyatakan bahwa dibeberapa kalangan masyarakat, restoran cepat saji dianggap untuk remaja kalangan atas. Pakaian rapi dan datang berpasangan sering dijumpai di Jakarta (hlm. 138).

Gambar 2.5.4.2. Sprite, Fanta, dan Coca-Cola
(http://www.суши.in.ua)

Berdasarkan dari situs resmi dari Coca-Cola Amatil, Fanta, Sprite, dan Coca-Cola, ketiga minuman berkarbonasi ini produksi dari pabrik The Coca-Cola Company. Coca-Cola merupakan minuman pertama yang dibuat di Atlanta, Georgia, Amerika Serikat pada tahun 1887. Coca-Cola diproduksi di Indonesia



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

sejak 1932. Pada tahun 1971, Sprite diperkenalkan. Pertama kali dibuat pada tahun 1960, lalu pada tahun 1973, Fanta diperkenalkan di Indonesia. Sprite populer dikalangan generasi muda. Sprite mendorong agar menjadi diri sendiri dan melepaskan dahaga. Fanta adalah minuman yang pertama kali ditemukan di Jerman. Konsumen terbesarnya adalah remaja pada usia 12-19 tahun. Fanta identik dengan tema berbagi keceriaan bersama teman dan keluarga, karena selalu membawa keceriaan.

Moses (2000) menyatakan bahwa target pasar remaja dicapai oleh Coca-Cola dengan dua cara, yaitu global dan lokal. Dari global, Coca-Cola mengiklankan dan mempromosikan produknya dalam acara-acara besar, seperti Olympic. Untuk lokal, Coca-Cola mensponsori acara-acara olahraga dari sekolah hingga ke desa (hlm. 165). Batchelor (2008) menyatakan bahwa Coca-Cola melalui pemasaran dan iklan menjadi ikon budaya populer di Amerika Serikat dan dunia. Benda-benda seperti botol, mesin, tanda, dan bentuk lain dari Coca-Cola muncul dalam film seperti *About Last Night* (1986) karya sutradara Edward Zwick, *American Gigolo* (1980) karya sutradara Paul Schrader, *Bronco Billy* (1980) karya sutradara Clint Eastwood, dan *Urban Cowboy* (1980) karya sutradara James Bridges (vol.3. hlm. 256).

Danesi (2016) menyatakan bahwa bentuk pemasaran Coca-Cola yang lain adalah melalui musik yang dirilis pada tahun 1971 dengan judul *I'd Like to Teact the World to Sing*. Lagu ini menggambarkan perbedaan ras yang bernyanyi dalam satu kebersamaan. Coca-Cola merupakan salah satu dari banyaknya perusahaan yang menggunakan artis sebagai model iklannya. Selain itu, Coca-Cola juga



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

bertanggung jawab atas penggambaran *Santa Clause* modern sebagai media iklan dengan menghubungkan pakaian merahnya, Natal, dan citra merk Coca-Cola yang berwarna merah pada tahun 1930an (hlm. 63).

Gambar 2.5.4.3. Permen karet balon
(www.sweettoothshoppe.com)

Liberman (2011) menyatakan bahwa permen karet balon pertama kali diciptakan secara tidak sengaja oleh Walter R. Diemer pada tahun 1928. Pekerjaannya adalah sebagai seorang akuntan. Pada saat itu Diemer sedang tidak ada pekerjaan dan melakukan eksperimen dengan permen karet diperusahaan permen karet Fleer Chewing Gum Company, Amerika. Permen karet ciptaannya tidak terlalu lengket dan lebih elastis dibandingkan dengan permen karet lainnya pada waktu itu. Permen karet ini dinamakan Dubble Bubble (*double bubble*) (hlm. 52).

Batchelor (2008) menyatakan bahwa Frank H. Fleer, pemilik dari perusahaan Fleer Chewing Gum Company, sebelumnya telah membuat permen karet balon dengan nama Blibber Blubber Bubble Gum. Permen karet ini diproduksi sejak 1906, tapi tidak pernah menembus pasar. Setelah tercipta *Dubble Bubble*, tidak lama kemudian permen karet ini menjadi permen karet balon paling laku di pasaran (vol. 1. hlm. 311).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Redclift (2004) menyatakan bahwa lahirnya permen karet balon dan penjualannya pada tahun 1930 dan 1940-an menjadikan permen karet balon sebagai produk yang memikat. Didukung dengan pemasaran yang baik, makanan ini menjadi ikon konsumsi massal di Amerika. Pemasaran yang dilakukan adalah memberikan kartu-kartu yang bergambarkan pahlawan Amerika Serikat, pertempuran, dan monumen nasional pada setiap pembelian. Sebelum ada permen karet balon, ada permen karet kunyah yang telah berhubungan dengan budaya populer lainnya di Amerika, yaitu film, orang kaya, pahlawan nasional, dan olahraga. Banyak perusahaan permen karet melakukan hal yang serupa, pada tahun 1930-an, kartu-kartu ini menjadi barang yang pasti dimiliki hampir oleh seluruh anak di Amerika Serikat (hlm. 123).

Redclift (2004) menambahkan bahwa kesuksesan permen karet adalah anggapan bahwa menguyah permen karet merupakan hal yang sehat, jika dibandingkan dengan minuman beralkohol dan tembakau. Mengunyah permen karet juga menjadi penggambaran kepercayaan diri dan bentuk gaya (hlm. 124).

Redclift (2004) menjelaskan bahwa permen karet juga dikonsumsi saat perang. Pada Perang Dunia I, permen karet digunakan dalam skala besar untuk para tentara. Para tentara Amerika Serikat merasa dengan mengunyah permen karet dapat menyegarkan mulut sebagai pengganti sikat dan pasta gigi, mengurangi rasa haus, dan mengurangi rasa tegang saat terjadi pertempuran. Pada tahun 1918, palang merah Amerika Serikat mengirim permen karet ke Perancis sebagai antisipasi atas tentara Jerman meracuni perairan disana. Pesanan dalam



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

jumlah yang besar atas permen karet dari Belgia, Perancis, Italia, dan Inggris menjadi permulaan pemasaran permen karet di Eropa (hlm. 125).

Redclift (2004) menyatakan bahwa pada perang dunia II, konsumsi permen karet di Amerika Serikat mencapai 630 buah per tahun. Dari tahun 1941 hingga 1945, pabrik permen karet mengirim 150 miliar buah permen karet. Konsumsi permen karet secara besar-besaran menyebabkan berkurangnya ketersediaan bahan baku permen karet (hlm. 125). Untuk memenuhi kebutuhan permen karet dengan bahan baku yang terbatas, permen karet Wrigley memperkenalkan merek baru, *Orbit* (hlm. 26). Reynold (1996) menyatakan bahwa kebanyakan tentara Perang Dunia II Amerika Serikat masih remaja (hlm. 276).

Gambar 2.5.4.4. Roti tawar iris
(www.pngpix.com)

Menurut Liberman (2011) roti tawar iris disempurnakan oleh Otto Frederick Rohwedder di Amerika. Pekerjaannya saat itu adalah sebagai pembuat mesin prototipe pemotong roti sejak 1912. Mesin pertamanya dijual pada tahun 1928 ke toko roti di Chillicothe milik M.F. Bench. Pemasaran dari produk ini menggunakan nama *Kleen Maid Sliced Bread* (hlm. 68).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Griswold (2013) menyatakan bahwa paska Perang Dunia II, muncul generasi *baby boomers*, para remaja dari generasi ini mengubah pola makan roti tawar yang dimakan langsung menjadi roti tawar dengan tambahan rasa. Pengalaman ini mengekspresikan bagaimana pola hidup yang baik untuk anak. Dalam warisan budaya Eropa kepada banyak institusi di Amerika Serikat menggambarkan roti tawar sebagai keamanan, cinta, kesederhanaan, keluarga, dan kehidupan. Dalam beberapa negara, memakan roti mengindikasikan adanya kehidupan kebarat-baratan dan modern (hlm. 13).

## 2.10. Sejarah pakaian

Cunningham (2003) menyatakan bahwa terdapat dua faktor yang menyebabkan pakaian yang berada di Paris dapat tersebar ke seluruh dunia. Yang pertama adalah melalui media cetak yang menunjukkan gambar-gambar pakaian yang telah di desain, bahkan dengan pola. Majalah-majalah yang menampilkan informasi seputar pakaian di Amerika Serikat adalah Vogue (1892-sekarang), Haper's Bazar (1867-sekarang), dan masih banyak lagi. Faktor yang kedua adalah melalui pembuat pakaian profesional yang mengikuti tren pakaian atau membelinya dari mall (hlm. 12).

Gambar 2.5.4.1. Baju renang
(www.zaful.com)



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Kellog (2002) menyatakan bahwa Portland Knitting Mills adalah perusahaan yang pertama kali menciptakan baju renang dengan jahitan dibagian pinggang. Dengan penemuannya ini, perenang tidak hanya dapat berjemur, tapi juga berenang. Keunggulan jahitan ini adalah perasaan regang, kenyamanan, dan bentuk. Pakaian ini dinamakan *California Style*. Pakaian ini terjual hingga ke Mexico dan Kanada. Dengan kepopulerannya, Jantzen Knitting Mills berubah nama menjadi Jantzen, Inc., pada tahun 1949 (hlm. 158).

Batchelor (2008) menyatakan bahwa popularitas olahraga pada tahun 1920an sangat besar. Sepanjang tahun 1920an, pegolf Bobby Jones, petenis Helen Wills, dan perenang Johnny Weismuller menjadi idola warga Amerika. Ratusan juga atlet amatir mencoba peruntungan pada tahun yang sama dari berbagai klub olahraga profesional (vol. 1. hlm. 326).

Batchelor (2008) menambahkan bahwa keahlian Esther Williams dalam berenang mencatatkannya sebagai salah satu perenang handal pada masa itu. Selain sebagai perenang, Williams juga bermain film, antara lain *Pagan Love Song* (1950), *Skirts Ahoy!* (1952), *Million Dollar Mermaid* (1952), *Dangerous When Wet* (1953), *Easy to Love* (1953), dan *Jupiter's Darling* (1955). Pertumbuhan perekonomian mendorong warga Amerika Serikat untuk dapat memiliki kolam renang dalam pekarangan rumahnya yang dapat dijadikan sebagai simbol status kelas sosial. Tepatnya pada tahun 1950an, rumah-rumah di Amerika Serikat memiliki kolam renang (vol. 2. hlm. 361).

Menurus situs PRSI, olahraga renang di Indonesia dinaungi oleh PRSI (Persatuan Renang Seluruh Indonesia). Organisasi ini dibangun pada tahun 1951



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

di Jakarta oleh Prof. dr. Poerwo Soedarmo. Pada awalnya, kolam renang hanya diperuntukkan bagi bangsawan dan penjajah. Kolam renang Cihampelas di Bandung yang didirikan pada tahun 1904 adalah salah satunya.

Gambar 2.5.4.2. Blus
(www.polyvore.com)

Menurut Steele (2005) meskipun sekarang blus identik sebagai kemeja wanita, tetapi pertama kali dikenakan oleh pria Inggris. Kata *blouse* diambil dari bahasa Perancis (vol. 2. hlm. 163). Pada tahun 1860-an, muncul sebuah pakaian lengan panjang yang longgar di Vogue, disebut kaos *garibaldi*. Kaos *garibaldi* terinspirasi dari kaos merah milik seorang nasionalis Italia dan pejuang kebebasan. Pada tahun 1890-an, pakaian ini disebut *shirtwaist*. Pada tahun 1897, *shirtwaist* diproduksi secara massal oleh Triangle Shirtwaist Company dan sukses dipasaran oleh Sears, Roebuck and Company. Semakin berkembangnya jaman, *shirtwaist* berubah menjadi pakaian yang semakin santai dengan nama *middle blouse* pada tahun 1910-an (hlm. 164).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.3. Celana Panjang
(cdn.shopify.com)

Menurut Steele (2005), celana adalah pakaian bawahan yang terbuat dari kain, tekstil, dan kulit yang sudah ada sejak lama. Ukurannya beragam dari mata kaki hingga betis, lebar atau sempit. Pada abad ke dua, bangsa Romawi mengenakan celana. Setelah tahun 1350, celana dikenakan sebagai bagian dari pakaian ksatria (vol. 3. hlm. 339). Identifikasi celana dan pria menjadi universal sesuai dengan perkembangan jaman menjadi lambang pria dan kekuatan. Pada abad ke-18, celana pendek diikat dengan pita pada bagian lutut, kemudian menggunakan ikat pinggang atau kancing sangat populer dikalangan kelas atas (vol. 3. hlm. 341).

Ketika Revolusi Perancis, celana mengalami perubahan lagi, menjadi celana panjang pekerja. Setengah awal abad ke-19, celana memiliki banyak variasi, ada yang sangat ketat, sangat luas, dan mekar pada bagian bawah celana. Pada tahun 1850an, celana lebih longgar dan memiliki kancing di tengah celana yang tersembunyi (vol. 3. hlm. 340). Dengan adanya globalisasi, celana panjang menjadi pakaian yang merubah pakaian tradisional di luar Eropa. Pakaian bisnis yang merupakan pakaian standar orang Amerika Serikat dan Eropa menjadi standar di seluruh dunia (vol. 3. hlm. 341).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.4. Celana bermuda
(static1.squarespace.com)

Menurut Lynch dan Strauss (2014) celana bermuda adalah celana dengan panjang hingga di atas lutut. Berbahan ringan, namun kuat, seperti kain kepar. Celana ini dibuat dengan varian warna yang beragam. Pada abad awal abad ke-20, celana ini menjadi celana bisnis alternatif atau celana untuk acara-acara resmi laki-laki yang bekerja di koloni tropis dari Kerajaan Inggris. Celana dipopulerkan oleh Edward VIII, yang kemudian menjadi Adipati Windsor. (hlm. 28).

Gambar 2.5.4.5. Celana jins
(cdn.shopify.com)

Steele (2005) menjelaskan bahwa celana jins adalah pakaian pada abad ke-20. Awalnya dibuat dengan panjang semata kaki, berukuran ketat, dan menggunakan kain yang digunakan para penambang. Penggunaan celana jins telah meluas pada pertengahan abad ke-20 (vol. 2. hlm. 272). Celana jins menggunakan kain denim yang diambil dari kata *serge de nîmes*, kain yang sudah



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

ada di Perancis sejak abad ke-17. Celana jins pertama kali diciptakan oleh Jacob Davis, seorang penjahit Nevada, bersama Levi Strauss, seorang pedagang San Fransisco, bersama-sama mereka mematenkan celana jins pada tahun 1873. Setelah perang dunia II, para tentara membawa celana jins ke luar negeri saat mereka tidak sedang bertugas. Hal ini membawa peran penting bagi reputasi celana jins secara internasional. Celana jins dianggap sebagai simbol kebebasan dan kekayaan (vol. 2. hlm. 273).

Batchelor (2008) menyatakan bahwa pada tahun 1930-an, celana jins mulai bermunculan dalam film bergenre western dan aktris Barbara Stanwyck juga mengenakannya saat sedang berfoto. Hal ini merupakan pertama kalinya di mana media populer mendorong gaya berpakaian (vol. 2. hlm. 72). Dalam acara televisi Howdy Doody juga mengenakan celana jins. Acara ini digunakan para orang tua agar anak mereka dapat tenang sambil menonton acara televisi kegemarannya (vol. 2. hlm. 129).

Batchelor (2008) menambahkan bahwa para remaja laki-laki menggunakan celana jins yang dipadukan dengan kaos putih yang berasal dari angkatan laut pada tahun 1940an. Untuk remaja perempuan, dalam acara yang santai, mereka mengenakan celana jins yang dilipat hingga lutut (vol. 2. hlm. 200). Film *The Wild One* (1954) karya sutradara Lasio Benedek menampilkan tokohnya dengan sepeda motor, sepatu *boot*, celana jins ketat, dan kaos (vol. 2. hlm. 29).

Batchelor (2008) menjelaskan bahwa kemunculan celana jins dalam berbagai film dan di televisi memberikan citra negatif, sedangkan untuk sebagian



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

orang menunjukkan citra kebebasan. Namun, pada akhir tahun 1950an, citra negatif semakin berkurang hingga semakin banyak pria menggunakan celana jins. Untuk remaja perempuan, celana jins dipadukan dengan kaos putih yang lebar. Pakaian ini dikenakan di luar sekolah (vol. 2. hlm. 332).

Batchelor (2008) juga menjelaskan bahwa salah satu alasan celana jins populer adalah penolakan kelas menengah mengenai gaya hidup matrealistis. Celana jins merupakan pakaian kelas buruh, petani, penambang, dan pekerja. Pada tahun 1960an, celana jins berubah menjadi seksi dan gaya. Model celana jins juga beragam dari ketat di pinggang, lebar di bawah, di jahit, atau dipotong menjadi pendek (vol. 3. hlm. 72). Popularitas celana jins pada ahir tahun 1970an menjadikannya sebagai pakaian yang dikenakan oleh semua orang, dari tua hingga muda (vol. 3. hlm. 129).

Gambar 2.5.4.6. *Flipper*
(www.cdn-outlet.com)

Williams (2012) menyatakan bahwa tahun 1940-an menandakan lahirnya *flipper* modern. Owen Churchill merupakan orang yang menciptakan *flipper* dengan karet yang divulkanisasi. Pekerjaannya adalah sebagai seorang kapten atlet kapal layar. Churchill mendapat inspirasinya ketika kalah pada olimpik 1936 dan pergi berlibur ke pulau Tahiti (hlm. 253). Disana Churchill melihat seorang



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

anak berenang dengan sirip. Paten baru didapatkannya pada 27 September 1940 di Amerika Serikat (hlm. 254).

Gambar 2.5.4.7. Jaket
(i0.wp.com)

Menurut Steele (2005) jaket dikenakan oleh laki-laki dan perempuan. Selain jas, jaket merupakan salah satu pakaian terpenting. Pada 1857, di Italia, pertama kali diperkenalkan jaket melalui majalah wanita. Pada awal abad ke-16, jaket menjadi pakaian umum yang dikenakan para pekerja., baik pria maupun wanita (vol. 2. Hlm. 257).

Gambar 2.5.4.8. Jaket *fleece*
(www.rei.com)

Cornwell (1997) menyatakan bahwa jaket *fleece* pertama kali dijual oleh Malden Mills ke Patagonia pada tahun 1979 di Amerika Serikat dengan nama



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

*polarfleece*. Istilah ini digunakan secara umum dan mengacu kepada jaket berbulu lainnya. Bulu dari bahan jaket ini terbuat dari serat poliester dan serat akrilik. Sifat alami dari campuran ini adalah hidropobik, yang berarti tidak mudah terserap air. Maka dari itu, pakaian ini cocok dikenakan saat melaksanakan kegiatan sehari-hari (hlm. 11).

Gambar 2.5.4.9. Jas
(i0.wp.com)

Menurut Steele (2005) jas memiliki lambang kekuasaan dan identitas yang profesional, tanpa kerja fisik yang keras. Jas telah menjadi pakaian pria sejak abad ke-17. Dikenakan oleh Raja Charles II pada tahun 1660 yang menciptakan gaya berbusana yang baru di Inggris (vol. 3. hlm. 237). Setelah Perang Dunia II, pakaian pria menjadi lebih kasual dan muda dari segi penampilan (vol. 3. hlm. 238).

Gambar 2.5.4.10. Kaos
(polos.co.id)



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Steele (2005) menyatakan bahwa kaos adalah pakaian yang dari awal memiliki tujuan sebagai pakaian dalam pria, hingga sekarang menjadi pakaian modern, kaos telah menjadi pakaian universal. Orang-orang dari berbagai kelas sosial dan usia mengenakan kaos karena murah, bersih, dan nyaman. Perkembangan kaos menjadi pesat pada abad ke-19 ketika menumpuknya ketersediaan kapas Amerika Serikat dan munculnya mesih jahit melingkar. Pada tahun 1913, angkatan laut Amerika Serikat mengadopsi kaos menjadi pakaian dalam. Hal ini juga yang diadopsi oleh angkatan darat Amerika. Setelah Perang Dunia II, banyak media menyorot para tentara dan membantu meningkatkan popularitas kaos. Media menyimbolkan kaos sebagai simbol kemenangan, Amerika Serikat modern, maskulin, dan ikon militer (hlm. 341).

Batchelor (2008) menyatakan bahwa paska Perang Dunia II, remaja laki-laki mengenakan celana dan kemeja dengan kancing terbuka. Selain itu, kaos yang berasal dari angkatan laut juga mulai dikenakan (vol. 2. hlm. 200). Kaos juga muncula dalam film dan musik sebagai bentuk dari budaya populer. Film *Rebel Without a Cause* (1955) karya sutradara Nicholas Ray juga menampilkan kaos putih. Akibatnya, kaos putih dijadikan sebagai pakaian sehari-hari (vol2. hlm. 334). Dari industri musik, video musik *Born in the USA* (1984) dari Springsteen yang menghadap ke bendera Amerika Serikat juga sambil mengenakan kaos putih (vol. 3. hlm. 310).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.11. Kaos polo
(www.kaospolosmania.com)

Menurut Steele (2005), kaos polo adalah pakaian dengan lengan pendek, berkerah, dan pertama kali digunakan oleh pemain polo Amerika Serikat dan Inggris. Seperti kaos pada umumnya, kaos polo bertujuan agar pemain polo dapat bergerak bebas di lapangan polo. Pada tahun 1920, kaos polo telah mendapatkan pengakuan dari dunia pakaian di penghujung tahun 1920-an, Lacoste, seorang pemain tenis asal Perancis, mengadopsinya, kemudian mengubahnya menjadi pakaian olahraga yang dapat dikenakan saat bermain polo dan tenis (vol. 3. hlm. 52).

Ciri khas kaos polo ini terdapat pada logo buaya. Pada tahun 1930, kaos polo telah menjadi pakaian klasik dan kaos polo telah mulai memiliki banyak varian warna yang populer sebagai pakaian golf. Pada tahun 1935, kaos polo sudah menjadi pakaian yang populer tidak hanya dalam lapangan olahraga, tapi juga dikehidupan sehari-hari. Menurut jurnalis, kaos polo telah menghilangkan batasan antar gender, kelas sosial, individualisme ikatan, dan kepribadian. (vol. 3. hlm. 52).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.12. Kaos tanpa lengan
(basketo.co.uk)

Wells (2007) menyatakan bahwa kaos memiliki banyak varian, dari lengan panjang, berkancing, tanpa lengan, *v-neck*, dan berkerah. Pada tahun 1980 dalam film *Raging Bull* karya sutradara Martin Scorsese terdapat tokoh mengenakan kaos tanpa lengan yang suka memukul istrinya, dari film itu pakaian ini mendapatkan nama *wifebeater*, dan terkenal di Amerika Serikat Utara. Kaos tanpa lengan juga sering dikenakan oleh *punk fashion* karena penampilannya yang tidak formal sebagai bentuk *anti-fashion* (hlm. 13).

Gambar 2.5.4.13. Kemeja
(www.itailor.co.uk)

Steele (2005) menjelaskan kemeja adalah kaos lengan panjang atau pendek, berkerah, dan memiliki kancing dibagian depannya. Dikenakan pada abad ke-17 sebagai pakaian dalam, yang dirancang untuk melindungi pakaian luar yang mahal dari keringat. Kemeja menandakan pria sejati dan kelas sosial atas. Sejak



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

berkembangnya teknik mencuci pakaian, kemeja menjadi semakin terkenal (vol. 3. hlm. 162).

Gambar 2.5.4.14. Gaun malam
(www.vermontcountrystore.com)

Steele (2005) menyatakan bahwa gaun malam merupakan pakaian yang telah digunakan sejak abad ke-16 hingga abad ke-18. Pada abad ke-16, pakaian ini dikenakan oleh pria. Pada abad ke-17 hingga ke-18, pakaian ini dikenakan oleh wanita sebagai pakaian sehari-hari. Dalam sejarah barat, tidak ada pakaian khusus untuk tidur. Pada abad ke-19, gaun malam menjadi pakaian dalam yang feminin. Di penghujung abad ke-19, piyama menjadi pakaian yang feminin, tetapi gaun malam masih populer. Willett dan Cunnington (1992) menyatakan bahwa sebuah gaun malam berada di Galeri Kostum Inggris di Platt Hall yang bertahun 1825. Pakaian ini polos, tidak berbentuk, kerahnya rendah dan memiliki jumbai yang berlaku sebagai pembatas. Pergelangan tangannya dapat dikancing (hlm. 129).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.15. Kemeja mandarin
(www.kustomkit.com)

Menurut Lynch dan Strauss (2014) pada saat dinasti Qing (1644-1911), perempuan Manchu dari anggota Delapan Spanduk yang bertugas di divisi administrasi dan militer mengenakan *qipao*, gaun spanduk. Pada akhir masa dinasti Qing, kerah baju dari *qipao* diganti dengan kerah mandarin (hlm. 71). Serupa dengan *cheongsam*, namun perbedaannya terletak pada pasangan bawahannya. *Cheongsam* tidak dikenakan dengan celana seperti *qipao*. Peran celana digantikan dengan stoking pada *cheongsam* karena gaunnya yang panjang sudah menutupi hingga di bawah lutut. *Qipao* berbentuk lebar seperti bel, sedangkan *cheongsam* berukuran pas dibadan dengan berbagai bahan dan didesain mengikuti tren barat (hlm. 71).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.16. Piyama
(gloimg.zaful.com)

Steele (2005) menyatakan bahwa piyama adalah pakaian tidur atau bersantai untuk pria, wanita, maupun anak-anak. Piyama banyak digunakan baik pria maupun wanita di negara-negara seperti India, Iran, Pakistan, dan Bangladesh. Piyama diadaptasi oleh Inggris dari Turki dan menjadikannya sebagai pakaian tidur. Piyama dapat terdiri dari satu potong atau dua potong pakaian yang terdiri dari pakaian atas dan celana longgar yang bervariasi panjang dan lebarnya. Pada tahun 1940, piyama berubah bentuk menjadi terdiri dari celana pendek dan baju tanpa lengan dengan motif pada sisinya. Pada tahun 1970, piyama berbahan satin sangat terkenal (vol. 3. hlm. 13).

Gambar 2.5.4.17. Kaos Raglan
(karambeeakonveksi.com)

Rutt (1987) menyatakan bahwa lengan Raglan merupakan pakaian yang memiliki jahitan pada bagian bahu yang menutupi bagian depan dan belakang



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

pakaian dari ketiak hingga leher. Nama Raglan ini diambil dari nama seorang perwira angkatan darat Inggris, Tuan Raglan, yang bernama asli Fitzroy James Henry Somerset (hlm. 135). Freeman (1997) menyatakan bahwa lengan Raglan terkenal pada perang Krimea pada tahun 1852. Pakaian ini menjadi terkenal karena dikenakan oleh Tuan Raglan saat perang (hlm. 216).

Gambar 2.5.4.18. Rok mini
(www.stylewe.com)

Steele (2005) menjelaskan bahwa rok adalah pakaian bawahan dari gaun dan jubah yang menutupi pemakainya dari pinggang hingga ke bawah. Sudah sejak lama kebudayaan barat mengenakan rok pada pria maupun wanita, namun pada abad ke-19, rok hanya menjadi pakaian wanita. Pada abad ke-16, rok menjadi pakaian yang terpisah dari gaun. Pertama, rok menjadi standar Inggris, kemudian menjadi bahasa populer. Selama beberapa abad, rok menjadi pakaian yang panjang, menutupi pakaian dalam dan terkadang didukung dengan rangkaian struktur dan panjang. Pada tahun 1910, rok berbentuk panjang dan membatasi pergerakan dengan nama rok *hobble* (vol 3. hlm. 190).

Steele (2005) menambahkan bahwa pada tahun 1920, rok mulai dipendekkan dan memperlihatkan kaki wanita. HIngga pada tahun 1970-an, muncul celana. Disarankan agar wanita tidak mengikuti gaya berpakaian pria dan



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

mengenakan rok sedikit di atas lutut. Sejak saat itu, rok semakin feminin dengan belahan, ketat, tembus pandang, dan panjang dari lantai hingga selangkangan. Memamerkan kaki di bawah rok pendek menujukkan sisi feminin (vol 3. hlm.190). Rok mini muncul pada awal tahun 1960an di Inggris. Pembuatan rok mini selalu dikaitkan dengan nama Mary Quant (vol. 2. hlm. 415).

Gambar 2.5.4.19. Rompi
(www.magee1866.com)

Menurut Steele (2005) rompi adalah pakaian pas tanpa lengan yang didesain untuk pria dengan kancing atau resleting hingga pinggang. Biasanya rompi dipasangkan dengan berada di bawah jaket atau jas. Pakaian ini berasal dari Persia pada pertengahan abad ke-17. Setelah wabah dan kebakaran besar di London, raja Charles II mengusulkan agar menciptakan pakaian untuk pria. Pada tahun 1670, rompi menjadi bagian terpenting dari tren busana di Eropa, terutama kaum bangsawan (hlm. 409). Awal abad ke-21, beberapa profesi dalam bidang hukum dan perbankan mengenakan pakaian 3 stel, yaitu celana bahan, rompi, dan jas (hlm. 410).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.20. *Plimsoll*
(www.gola.co.uk)

Keyser (2014) menyatakan bahwa tidak lama setelah kematian Goodyear. Perusahaan karet di Inggris dan Amerika Serikat mulai memproduksi sepatu dengan sol karet yang dipadukan dengan kain yang ringan atau kulit pada bagian atasnya. Di Amerika, sepatu ini disebut *sneaker* dan di Inggris, sepatu ini disebut *plimsoll*. *Plimsoll* diambil dari nama Samuel Plimsoll yang menciptakan garis *plimsoll*. Garis *plimsoll* adalah garis batas aman air pada kapal yang bermuatan berat. Garis *plimsoll* digunakan sebagai standar keamanan pada pertengahan 1870-an. Kata *plimsoll* digunakan karena mengingatkan orang pada jahitan yang berada diantara sol sepatu dan atasan sepatu (hlm. 12). Perbedaannya dengan *sneaker* adalah ketinggian kerah sepatu dan sisipan kaki di dalam sepatu (hlm. 13).

Gambar 2.5.4.21. *Handbag 2.55*
(1.bp.blogspot.com)

Miller (2006) menyatakan bahwa *Handbag 2.55* adalah sebuah tas dengan tambahan tali untuk bahu seperti tas tentara Perancis. Tas jenis ini diperkenalkan



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

oleh Coco Chanel pada tahun 1955. Toko pertamanya dibuka pada tahun 1914 di Paris. Gaun hitam kecil hingga perhiasan imitasi diproduksi oleh Chanel hingga tahun 1920 dan menjadikannya sebagai salah satu desainer terkemuka (hlm. 419).

Gambar 2.5.4.22. Tas ransel
(spinachrec.files.wordpress.com)

Thrift, Tickell, Woolgar, dan Rupp (2014) menyatakan bahwa tas ransel modern diciptakan di Norwegia oleh Ole F. Bergan pada tahun 1908. Tentara Norwegia menjalin kerja sama dengan Bergan pada awal abad ke-20. Perkembangan tas ransel berjalan sesuai dengan teknologi yang ada. Makanan yang dibawa menggunakan tas ransel dari keju hingga kopi kering. Makanan-makanan ini merupakan program departemen makanan tempur yand diselenggarakan di Amerika Serikat (hlm. 22).

Gambar 2.5.4.23. Tas selempang
(www.frostriver.com)



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Berdasarkan situs perusahaan De Martini Bags, De Martini Global Canvas telah memiliki standar akan tas selempang modern. Frank De Martini awalnya membuka Globe Canvas sebagai toko dan perbaikan kapal pada tahun 1947 di halaman angkatan laut Brooklyn, Amerika, namun tidak lama kemudian toko-toko serupa bangkrut. Saat itu Frank mulai memenuhi pesanan tas, apron, penutup, dan tenda. Kebanyakan dari tas-tasnya digunakan oleh pengirim pesan. Pada tahun 1977, Frank memenuhi pesanan dengan pilihan warna yang eksklusif hingga akhirnya dikenakan oleh semua pengirim pesan di New York, lalu berkembang ke Eropa dan Asia.

Gambar 2.5.4.24. *Tote bag*
(www.nodesignerhere.com)

Berdasarkan situs resmi L. L. Beans, *Tote bag* pertama kali diciptakan oleh perusahaan L. L. Beans pada tahun 1944. Perusahaan ini bangun oleh Leon Leonwood pada tahun 1917 di Freeport, Amerika. Sekarang sudah tersedia lebih dari 14.000 barang, termasuk diantaranya barang-barang favorit beberapa puluh tahun yang lalu, yaitu mantel lapangan (1924) dan kemeja *chamois* (1928). Williamson dan Davis (2007) menyatakan bahwa sebelum kulkas menjadi barang yang umum digunakan, L. L. Beans menciptakan tas yang dapat membawa es dengan bahas kanvas yang berat.



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.25. Topi *baseball*
(http://mellonbmx.com)

Topi *baseball* pertama dikenakan oleh New York Knickerbokers pada tahun 1849. Menjamurnya pemain *baseball* pada tahun 1860an di New York, membantu tersebarnya topi ini. Bentuk pertama dari topi ini adalah permukaan melengkung untuk menutupi kepala dan memiliki lidah topi (hlm. 31). Penggunaan huruf pada topi dilakukan pada tahun 1880an dan baru digunakan secara luas pada tahun 1890an. Klub *baseball* pertama yang menggunakan lambang timnya di topi adalah klub ternama Detroit Tigers pada tahun 1901 (hlm. 32).

Gambar 2.5.4.26. Topi baret
(clipartfest.com)

Menurut Steele (2005) topi baret adalah topi yang berbentuk bulat, rata, tanpa pelindung mata dari cahaya matahari dan telah digunakan oleh pria dan wanita selama berabad-abad. Topi baret berasal dari Perancis dan dibuat menggunakan tangan pada tahun 1810. Topi baret dapat digunakan dengan beberapa cara, yaitu menaruh bagian belakang topi ke depan seperti malaikat,



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

menaruh bagian yang rata ke depan seperti panekuk, ditarik ke bawah menutupi kuping untuk menghangatkan telinga saat musim dingin, dimiringkan sehingga terlihat bergaya, dan yang terakhir adalah menutupi mata untuk tidur.

Topi baret telah dikenakan semenjak masa perunggu oleh penduduk Eropa Utara, Kreta kuno, bangsa Etruria, bangsawan Inggris, dan seniman Renaisans hingga modern (vol. 1. hlm. 149). Fungsi baret dapat diartikan berdasarkan warnanya. Merah menandakan peringatan kepada penjahat kecil dan jaminan kepada masyarakat (vol 1. hlm. 150).

Gambar 2.5.4.27. Topi *flatcap*
(modus.mercedes-benz-accessories.com)

Menurut Lynch dan Strauss (2014) *flatcap* adalah topi berbentuk bulat, terdapat ganjalan di tepi, topi dengan sedikit penutup di depan, dan belakang yang kaku. Topi ini biasa terbuat dari wol. Topi ini sudah ada sejak abad ke-15 di Inggris (hlm. 123). Jaman sekarang *flatcap* dapat digunakan untuk golf, aksesoris, atau demo (hlm. 124). Steele (2005) menjelaskan bahwa topi kain adalah topi rata yang memiliki *visors* (lidah topi) untuk melindungi mata dari cahaya matahari. Gambaran penggunaan topi ini adalah pekerja keras. Pada awal tahun 2000 merubah penampilannya. Topi ini sekarang lebih digunakan oleh orang kaya. Topi bercorak, topi militer, dan topi *baseball* merupakan jenis topi yang terkenal dalam budaya muda pada abad ke-20 dan ke-21 (vol. 2. hlm. 181).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.28. Topi Panama
(www.withaswing.com)

Steele (2005) menjelaskan bahwa topi Panama berasal dari Panama. Topi ini dipakai saat musim panas pada awal abad ke-20. Terbuat dari jerami, sehingga sangat mudah untuk disimpan dengan cara digulung. Dalam pembuatan topi ini, untuk mengumpulkan bahan jerami dengan kepanjangan yang cukup dan menganyam menjadi topi akan menghabiskan waktu sekitar empat minggu, untuk yang sudah terbiasa. Ketidak adaannya penerus dalam melanjutkan pembuatan topi ini, sekarang topi ini menjadi barang koleksi. (vol. 2. hlm. 180).

Gambar 2.5.4.29. Topi *Stetson*
(cdn3.bigcommerce.com)

Steele (2005) menjelaskan bahwa topi *Stetson* merupakan topi Amerika. Topi ini adalah topi yang biasa dikenakan oleh koboi. Penggambaran bagi yang mengenakannya adalah maskulin, pelindung, dan bergaya. Topi ini diciptakan oleh John Batterson *Stetson* pada tahun 1880an di Philadelphia, Amerika. Topi ini



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

harganya cukup mahal, karena menggunakan teknik lama yang membutuhkan 13 tahap produksi (vol. 2. hlm. 181).

Gambar 2.5.4.30. *Tube top*
(hartandhuntingtonstore.com)

Berdasarkan situs New York Times, *tube top* berasal dari kesalahan pabrik. Elie Tahari pada tahun 1971 sampai di New York hidup di jalan. Suatu hari, terlihat tumpukan dari kain-kain di depan toko pakaian milik Murray Kleid. Tahari melihat adanya peluang dari kain ini dan menjualnya. Pada tahun 1974, Tahari membuka toko butik pertamanya dan menjualkan *tube top* secara grosir.

## 2.11. Sejarah perkembangan teknologi

Gambar 2.5.4.1. Binokular
(upload.wikimedia.org)

Menurut Callahan (2014) binokular adalah dua teleskop identik yang disusun dan menggunakan sistem satu fokus. Alat ini didesain untuk digunakan dengan kedua



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

tangan. Dengan sudut pandang yang sedikit berbeda, dapat menghasilkan kedalaman tiga dimensi. Revolusi pertama binokular diciptakan oleh Ignazio Porro pada tahun 1854, seorang ahli optik dari Italia (hlm. 88). Binokular digunakan untuk olahraga dan untuk mengamati burung. Pada tahun 1970-an, binokular telah dilengkapi dengan teknologi anti kemasukan air dan anti kabut (hlm. 89).

Gambar 2.5.4.2. Bola disko
(cdn2.bigcommerce.com)

Berdasarkan hak paten Amerika Serikat, bola disko atau *myriad reflector* dipatenkan oleh Louis Bernard Woeste pada tahun 1924. Bola ini berbentuk lingkaran dengan ruang kosong di dalam dan dipenuhi oleh kaca pada bagian luar. Ketika dipasang pada dinding atau langit-langit pada ruangan, kemudian berputar, maka cahaya-cahaya dengan berbagai warna akan memantul dari bola ini ke berbagai arah dalam ruangan. Selain berputar secara horisontal dan vertikal, bola ini dapat dipasangkan dengan dudukan yang dapat bergoyang.

Eiseman dan Recker (2011) menyatakan bahwa irama *four-on-the-floor*, pertunjukan lampu sorot, dan bola disko yang berputar merupakan bagian dari disko. Disko juga muncul dalam berbagai media, salah satunya film Pada tahun



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

1977, film Saturday Night Fever (1977) karya sutradara John Badham, menjadikan disko dikenal banyak orang (hlm. 148).

Pudjiastuti (2016) dalam situs Kompas Muda menyatakan bahwa kepopuleran disko masuk ke Indonesia pada tahun 1970-an. Ali Sadikin, Gubernur DKI Jakarta saat itu memperbolehkan bagi siapapun yang ingin membuka tempat rekreasi untuk anak muda. Tempat hiburan ini dapat menyajikan makanan kecil, musik piringan hitam, dan tempat berdansa. Popularitas disko dikalangan anak muda menjadikan diskotik sebagai tempat perayaan pesta ulang tahun, kenaikan kelas, kelulusan SMA, dan malam keakraban mahasiswa.

Gambar 2.5.4.3. Bom Molotov
(ketemulagi.com)

Tucker (2015) menyatakan bahwa bom molotov merupakan bom yang dibuat seadanya dengan bensin. Terkadang, bensin dicampur dengan oli motor agar dapat menempel pada target. Kain menutupi mulut botol dan terendam gas, lalu nyalakan sebelum dilempar. Bom molotov pertama kali muncul pada perang saudara di Spanyol (1936-1939). Nama molotov diambil dari nama menteri luar negeri Soviet selama 1939-1949, Vyacheslav Molotov, yang menyatakan di radio bahwa pihaknya tidak mengirim bom dan hanya mengirim makanan pada saat perang Finlandia-Soviet (hlm. 207).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Berdasarkan situs *Tirto,* Herman Johannes merupakan pembuat bom molotov asal Indonesia. Tidak hanya bom molotov, bom tarik dan granat juga pernah dibuatnya. Herman berkuliah di ITB (Institut Teknologi Bandung). Selama Agresi Militer Belanda I, Herman meminta botol-botol kepada masyarakat untuk yang nanti akan dibuatkan bom molotov. Selain Herman, bocah-bocah juga dapat membuat bom ini.

Gambar 2.5.4.4. Jam alarm
(id-live-02.slatic.net)

Proulx (2006) menyatakan bahwa pada tahun 1787, Levi Hutchins menciptakan jam alarm di Amerika. Alarm ini memiliki tinggi 73cm dan lebar 35cm. Bahan yang digunakan adalah kayu cemara dengan kaca pada bagian pintu. Kekurangan alarm ini adalah keterbatasan pemilihan waktu untuk dibunyikan. Alarm ini hanya dapat bersuara sekali dan hanya pada pukul empat pagi. Pertama kali alarm dipatenkan di Amerika Serikat adalah alarm milik Seth Thomas pada tahun 1876. Dengan alarm ini, pemiliknya dapat mengatur kapan saja waktu yang diinginkan agar dapat berbunyi pada waktunya (hlm. 118).

Berdasarkan forum Watchuseek, jam alarm bermerek Diamond merupakan produk dari Shanghai Zuanshi Watch Factory. Perusahaan ini dibangun pada



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

tahun 1932 oleh Koo Hai Zheng. Perusahaan ini awalnya bernama Tak On Clock Factory dengan merek Double Arrow. Pada tahun 1937, perusahaan ini di bom. Setahun kemudian, dibangun kembali dengan nama perusahaan Jin Xing Indsutrial Association dan merek Diamond untuk produk jam alarm yang dipatenkan pada tahun 1939. Jam alarm ini banyak di ekspor ke asia tenggara.

Forum ini juga menambahkan bahwa pada tahun 1950, Jin Xing Indsutrial Association berganti nama menjadi Jin Xing Clock Factory. Jam saku pertama yang dibuat pertama kali merupakan model dari jam Inggris SMITH pada tahun 1958 dan *stopwatch* pertama dibuat pada tahun 1959. Perusahaan kembali berganti nama menjadi Shanghai Stop Watch Factory pada tahun 1966.

Gambar 2.5.4.5. Kamera Canon
(m2.awokcdn.com)

Berdasarkan situs resmi Canon, Canon merupakan perusahaan kamera dari Jepang. Perusahaan ini didirikan oleh Goro Yoshida pada tahun 1933 di Jepang. Produk pertamanya adalah kamera dengan film 35mm bernama Kwanon. Menurut situs resmi Canon Indonesia, produk canon pertama kali dipasarkan pada tahun 1976. Sejak saat itu, produk Canon dipasarkan melalui 5 distributor, yaitu Mandarin Opto-Media Co., Pte Ltd, P.T. Datascrip, P.T. Erry Guna, P.T. Murti Indah Sentosa, dan P.T. Samafitro.



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Pendergast (2000) menyatakan bahwa Kodak merupakan perusahaan kamera yang besar dan terkenal di seluruh dunia. Berpusat di New York, perusahaan Eastman Kodak Company didirikan oleh George Eastman pada tahun 1901. Perusahaan ini berkembang pesat berkat kejeniusan Eastman dalam mengiklankan dan memasarkan kameranya. Pada akhir abad ke-20, pabrik Eastman sudah tersebar di Kanada, Meksiko, Brazil, Inggris, Perancis, Jerman, dan Australia (hlm. 51).

Batchelor (2008) menyatakan bahwa promosi Kodak pada hari libur, terutama Natal, menjadi penting sebagai saat di mana dilakukannya pengambilan gambar dengan kamera (vol. 1. hlm. 17). Kodak juga mensponsori perlombaan foto agar konsumen selalu membeli produknya (vol. 1. hlm. 50). Sejak 1914 hingga 1920, Kodak selalu memasarkan model baru. Salah satunya yang terkenal adalah *Autographic Kodak* yang dapat dilipat. Iklan Kodak yang selanjutnya adalah mengabadikan momen kebersamaan dengan keluarga, terutama anak, menjadikan penjualan semakin meningkat (vol. 1. hlm. 356).

Batchelor (2008) menambahkan bahwa popularitas kamera Kodak melahirkan usaha baru, yaitu usaha studio foto. Pada tahun 1920-an, setidaknya ada satu studi foto di setiap jalan utama kota (vol. 1. hlm. 357). Fotografi menjadi hobi yang digemari pada tahun 1963 ketika Kodak mengeluarkan *Instamatic Camera* dengan fitur langsung foto tanpa keahlian khusus (vol. 3. hlm. 107). Bronner dan Clark (2016) menyatakan bahwa paska Perang Dunia II, para remaja dapat membeli kamera ini sendiri karena harganya yang murah atau didapatkan dalam bentuk hadiah (hlm. 33).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Gambar 2.5.4.6. Korek api gas
(booze24bolton.co.uk)

Cabell dan Valsiner (2014) menyatakan bahwa korek api gas diciptakan oleh seorang professor kimia, farmasi, dan teknologi bernama Johann Wolfgang Döbereiner pada tahun 1823 di Jerman. Korek ini dibuat dengan cara menggunakan platinum sebagai katalis terhadap percikan api yang muncul karena reaksi dari hidrogen. Namun, hanya diproduksi hingga tahun 1880. Korek api ini juga dikenal dengan nama *Döbereiner's Lamp* atau *Döbereiner-Feuerzug* atau *Kauffmann 1999* (hlm. 23).

Berdasarkan situs JAMAFAC, PT. JAMAFAC merupakan perusahaan korek api tertua di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1949 oleh S. K. Wong. Teknologi yang digunakan oleh perusahaan ini berasal dari Swedia sebagai pelopor industri korek api dunia. Selain memperoduksi korek api kayu, perusahaan ini juga memproduksi korek api gas.

Korek api gas merupakan alat yang identik dengan rokok. Li (1999) menyatakan bahwa menurut cerita Jawa, masyarakat Jawa sudah merokok sejak tahun 1601. Pada tahun 1624, kebiasaan merokok sudah menyebar ke seluruh



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Jawa Tengah. Kehadiran tembakau sebagai bahan baku rokok mungkin beberapa datang dari Filipina yang dikenalkan dari Mexico pada tahun 1570-an (hlm. 54).

Gilman dan Xun (2004) menyatakan bahwa pada tahun 1880, warga Kudus bernama Haji Jamahri menciptakan kretek, sebuah rokok dengan campuran cengkeh dan tembakau. Ide ini tercetus ketika Haji Jamahri mengoleskan minyak cengkeh ke dadanya. Lalu, Haji Jamahri mencampur cengkeh ke tembakau sebagai rokok agar dapat langsung bersentuhan dengan paru-parunya yang mengidap asma. Nama kretek berasal dari suara ketika rokok ini terbakar (hlm. 140).

Gilman dan Xun (2004) menambahkan bahwa pada akhir abad ke-20, kretek tidak laku dipasaran. Nitisemito, warga Kudus yang menjadikan kretek produk industri. Pada tahun 1906, didirikan perusahaan Bal Tiga Nitisemito dengan produk kreteknya bernama Bal Tiga (hlm. 140). Kesuksesan Bal Tiga melahirkan pengusaha kretek lainnya disekitar Kudus dan Jawa. Kretek baru ini dibungkus menggunakan kertas. Kedua perusahaan ini adalah Mari Kangen dan HM Sampoerna (hlm. 142).

Gilman dan Xun (2004) menjelaskan bahwa pada tahun 1960-an, rokok yang kembali aktif diproduksi menjadi ikon nasional. Tiga hal yang menyebabkan naiknya popularitas kretek adalah naiknya harga minyak pada tahun 1970-an dan bangkitnya industri dalam negeri. Yang kedua adalah kebijakan transmigrasi yang memaksa warga untuk tinggal di luar Jawa, Bali, dan Madura. Membawa kretek ke tempat mereka pindah membantu penyebaran kretek. Yang ketiga adalah



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

perizinan pembelian mesin penggulungan rokok untuk beberapa perusahaan (hlm. 143).

Batchelor (2008) menyatakan bahwa konsumsi tembakau di Amerika Serikat pada akhir tahun 1910 meningkat sangat drastis. Pengiklanan rokok pada tahun 1915 hingga 1919 menyebabkan rokok merek *Camel* menjadi merek rokok paling terkenal di dunia (vol. 1. hal. 127). Pada tahun 1917, perusahaan tembakau menargetkan konsumen pada wanita dengan maksud dapat menekan napsu makan. Penggabungan antara artis populer dan ketakutan warga Amerika Serikat pada kegemukan diakhir tahun 1920-an sangat efektif (vol. 1. hlm. 245). Rokok juga terlihat dalam komik koran *Felix The Cat* pada tahun 1923 (vol. 1. hlm. 288).

Batchelor (2008) menambahkan bahwa runtuhnya Wall Street pada tahun 1929 menyebabkan depresi bagi pembuat iklan (vol. 2. hal. 14). Meski begitu, pesan yang disampaikan melalui iklan-iklan tetap ceria, dengan produk-produk seperti kendaraan bermotor, minuman soda, rokok, dan makanan. Dengan kelahiran kebudayaan subkultur remaja, para pembuat iklan mengganti target pasarnya menjadi remaja, dengan begitu iklan mendapatkan penyimak baru. Pada masa ini juga rokok sangat diiklankan (vol. 2. hal. 15).

Batchelor (2008) menjelaskan bahwa rokok menjadi bagian dari gaya berbusana pada tahun 1950-an. Sepatu *boot* hitam, jaket kulit, celana jins ketat, kaos, dan rokok di pergelangan tangan yang digulung (vol. 2. hlm. 334). Pada film *noir*, penggambaran detektif dalam film bergenre misteri identik dengan rokok di bibir dan jas hujan (vol. 2. hlm. 304). Pada tahun 1970-an, iklan rokok di televisi



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

dan radio dilarang. Iklan rokok muncul dalam majalah, koran, reklame, tempat transit, dan sponsor acara olahraga. Penampilan model wanita dalam iklan tampil bergaya dan menarik (vol 3. hlm. 152).

Batchelor (2008) juga menambahkan bahwa pada tahun 1980-an, rokok diiklankan dalam media cetak. Penggambaran remaja laki-laki dan perempuan berselancar, bermain voli, dan bersampan tanpa merokok. Peletakan produk rokok pada sudut ruangan menunjukkan rokok sebagai bagian dari gaya hidup. Target pasar dari iklan ini merupakan remaja (vol. 3. hlm. 254).

Gambar 2.5.4.7. Peluit
(freepngimages.com)

Bradbury (2013) menyatakan bahwa peluit pertama kali digunakan oleh wasit dalam pertandingan sepak bola di Nottingham pada tahun 1878. Joseph Hudson, seorang buruh tani, pindah ke Birmingham dan membuka toko kecil. Peluit diciptakan ketika polisi metropolitan ingin mengganti alat komunikasi tua miliknya. Pada tahun 1883, perusahaan peluit ACME menciptakan berbagai jenis peluit dengan kebutuhan yang berbeda-beda (hlm. 31).

Penggunaan peluit semakin meluas, terutama dalam olahraga, bersamaan dengan populernya sepak bola di Inggris hingga ke seluruh dunia. Levinson dan Christensen (2005) menyatakan bahwa sepak bola modern berkembang dari



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

permainan yang dimainkan oleh sistem edukasi umum kelas atas di Inggris. Disana, sepak bola dijadikan sarana untuk mendisiplinkan para murid dan membangun karakter kepemimpinan serta menjadi pemain yang berguna secara sosial. Setiap sekolah pada saat itu menciptakan peraturannya masing-masing, sehingga sering terjadi masalah saat diadakannya pertandingan antar sekolah maupun universitas. Pada tahun 1863 terdapat pertemuan untuk menciptakan sebuah peraturan yang dapat disepakati Bersama yang melahirkan FA (Football Association) di London (hlm. 1427).

Levinson dan Christensen (2005) menambahkan bahwa seusai sekolah, mereka ingin bermain sepak bola hingga tercipta klub baik dengan teman bermain, teman kuliah, ataupun teman luar. Remaja-remaja merupakan faktor yang berpengaruh pada bidang industri, mengajar, militer, gereja, dan profesi lainnya, maka permainan sepak bola semakin tersebar. Para mantan siswa yang melihat nilai dari permainan sepak bola ini kemudian mengajarkan sepak bola, dengan begini sepak bola jadi cepat tersebar (hlm. 1428).

Levinson dan Christensen (2005) menjelaskan bahwa perkembangan ini yang melahirkan kompetisi sepak bola pada tahun 1817, yaitu FA Cup. Pertumbuhan urbanisasi saat itu merubah sepak bola selain sebagai pemainan yang dimainkan langsung, menjadi permainan yang diminati untuk disaksikan. Ramainya perjudian dan pemberitaan koran, melahirkan kompetisi serupa di wilaya-wilayah lain di Inggris. Pada tahun 1888, lahir Football League yang beranggotakan 12 tim dari Midland hingga Ingris bagian utara (hlm. 1429).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Levinson dan Christensen (2005) menyatakan bahwa selama abad ke-19, Inggris mendominasi ekonomi dan politik global. Orang Inggris yang bepergian, membawa olahraga ini dan mengajarkannya ke orang lain, begitu juga dengan orang-orang Eropa yang bekerja atau belajar di Inggris dan kembali dengan membawa olahraga ini. Hal ini juga terjadi di benua Amerika Selatan. Penyebaran yang tidak merata di Eropa menyebabkan beberapa negara tertinggal akan informasi olahraga ini. Saat Perang Dunia I, sepak bola menjadi hiburan bagi para tentara (hlm. 1429).

Levinson dan Christensen (2005) menambahkan bahwa paska Perang Dunia II, peran media massa sangat berpengaruh terhadap popularitas sepak bola di dunia. Radio menyebarkan berita, bagi mereka yang tidak bisa menonton langsung, begitu juga di koran dan majalah. Sejak pertengahan 1960, televisi yang dapat memperlihatkan pemain dari jarak dekat melalui siaran ulang tanpa harus mengalami ketidaknyamanan saat menonton langsung di stadium, melahirkan sistem menonton secara *live* di seluruh dunia pada tahun 1960-an hingga 1970-an (hlm. 1430).

Levinson dan Christensen (2005) menyatakan bahwa sepak bola tidak populer di benua Amerika Utara. Disana telah memiliki jenis olahraga yang sangat populer, yaitu *baseball*, *rugby*, dan bola basket. Pada akhir tahun 1970-an, NASL (North American Soccer League) dengan salah satu klubnya mempersembahkan pemain asing dengan talenta luar biasa yang dapat menarik perhatian massa. Keinginan FIFA (Fédération Internationale de Football Association) untuk dapat memeriahkan sepak bola di benua Amerika Utara



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

dilakukan dengan cara menyelenggarakan piala dunia 1994 di Amerika Serikat (hlm. 1431).

Daras dan Saputra (2016), dinyatakan bahwa sepak bola diperkenalkan di Indonesia oleh bangsa Eropa, termasuk Belanda. Pada akhir tahun 1920, sepak bola dijadikan sebagai hiburan untuk meramaikan pasar malam. Sepak bola dimainkan oleh bangsa Eropa, Belanda, dan Indo. Kemudahan pemilihan tempat pertandingan menjadi salah satu alasan kegemaran terhadap olahraga ini. Orang Belanda sering mengadakan pertandingan sepak bola yang sering dimainkan oleh serdadu militer, hingga terbentuk klub sepak bola yang besar (hlm. 67).

Daras dan Saputra (2016) menambahkan bahwa pada tahun 1919, dibentuklah sebuah organisasi untuk mengelola klub-klub sepak bola, yaitu NIVB (Nederland Indische Voetbal Bond) yang kemudian berubah nama menjadi NIVU (Nederland Indische Voetbal Unie) pada tahun (1927). Pada tahun 1925, lahir organisasi baru, yaitu PERSIDJA (Persatuan Sepak Bola Djakarta). Diskriminasi yang dilakukan oleh NIVU melahirkan VIJ (Voetbal Indonesia Jacatra) pada tahun 1929 (hlm. 68).

Berdasarkan situs PSSI, pada tahun 1930, lahirlah PSSI (Persatoean Sepakraga Seloeroeh Indonesia) pada tahun yang merupakan hasil dari pertemuan antara klub-klub di Indonesia, selain NIVU. Nama PSSI berubah pada tahun 1950 dalam kongres yang diadakan di Solo menjadi PSSI (Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia). Organisasi ini didirikan oleh Soeratin Sosrosoegondo, yang kembali ke Indonesia pada tahun 1928 setelah menyelesaikan pendidikannya di



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Jerman. Kegemarannya bermain sepak bola dan sifat nasionalisnya mendorong Soeratin Sosrosoegondo untuk menanamkan sifat nasionalis melalui sepak bola untuk menentang Belanda.

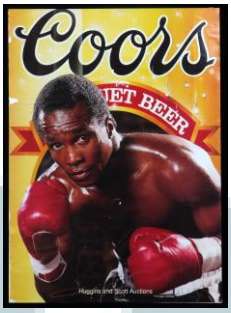
Dalam situs ini dinyatakan juga dengan melihat perkembangan sepak bola di Indonesia yang pesat, Paku Buwana X mendirikan sebuah stadium sepak bola Sriwedari yang diresmikan pada tahun 1933. Demi menekan pengaruh NIVU, Soeratin Sosrosoegondo mendorong terciptanya badan olahraga nasional yang melahirkan ISI (Ikatan Sport Indonesia). Pada tahun 1938, ISI menyelenggarakan Pekan Olahraga di Solo.

Daras dan Saputra (2016) menyatakan bahwa Indonesia pernah menjadi peserta dalam Piala Dunia pada tahun 1938, namun bendera dan tim yang dikirim merupakan tim dari Belanda. Hal ini disebabkan atas dasar keputusan FIFA yang mengakui NIVU sebagai perwakilan dari Hindia Belanda. Masuknya Jepang menggantikan Belanda di Indonesia menyebabkan pasifnya pergerakan organisasi PSSI dalam mengadakan pertandingan-pertandingan (hlm. 72).

Daras dan Saputra (2016) menyatakan bahwa pada tahun 1956, Indonesia berhasil masuk babak perempat final di Olimpiade. Dua tahun kemudian, Indonesia kembali memasuki Piala Dunia. Kali ini dengan bendera merah putih. Indonesia berhasil melewati babak kualifikasi pertama, namun menolak ketika ingin melawan Israel. Sejak saat itu hingga sekarang, Indonesia terasa vakum dari pertandingan tingkat dunia (hlm. 72).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017




Gambar 2.5.4.8. Poster
(may16.hugginsandscott.com)

Berdasarkan situs resmi galeri seni di Boston yang bernama International Poster Gallery, poster diciptakan dengan teknik litografi. Pada tahun 1798, pembuatan poster dengan teknik litografi sangat lambat dan mahal. Proses pembuatan poster kemudian berubah setelah muncul proses litografi tiga batu pada tahun 1880-an oleh Julius Cheret. Teknik litografi yang sebelumnya hanya dapat menggunakan beberapa warna dan desain, sudah dapat menggunakan berbagai warna yang ada.

Reid (2017) menyatakan bahwa dekorasi paling populer pada kalangan remaja paska Perang Dunia II adalah sosok *pinup girls* atau gambar-gambar yang berasal dari dunia hiburan. Alasan pemilihan benda-benda ini sebagai dekorasi adalah sebagai terpenuhnya keinginan pribadi, refleksi mimpi, dan aspirasi (hlm. 126). Pada tahun 1960an dan 1970an terjadi banyak kejadian, seperti karya seni *pop art* Andy Warhol, pamflet konser, poster protestan, dan bentuk visual lainnya yang berhubungan dengan *counter culture*, menyebabkan peningkatan produksi para produsen poster (hlm. 127).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

Reid (2017) menambahkan bahwa poster-poster ini dijual di mall, toko musik, dan majalah-majalah yang berhubungan dengan remaja. Harga yang ditawarkan juga murah. Hal ini diperuntukkan bagi remaja-remaja yang menginginkan poster tersebut. Pro Arts merupakan salah satu percetakan terkenal karena poster Farrah Fawcett. Penjualannya dari tahun 1976 hingga 1980 diperkirakan sebanyak lima juta (hlm. 128).

Reid (2017) menjelaskan bahwa keputusan yang diambil dalam mencetak poster Fawcett sebanyak itu berdasarkan kebiasaan remaja yang gemar menghiasi dinding kamar mereka dengan poster-poster. Hasil penjualan poster ini memungkinkan Pro Arts untuk memperbesar bisnisnya termasuk bekerja sama dengan Kmart sehingga tersebar ke pusat perbelanjaan di Amerika Serikat Tengah. Keberhasilan Pro Arts selanjutnya adalah poster Cheryl Tiegs. New York Times memperkirakan penjualan dalam industri poster mencapai 100 juta hingga 200 juta dollar Amerika Serikat pada tahun 1980 (hlm. 128).

Sachari (2007) menyatakan bahwa industri percetakan Indonesia berkembang seiringan dengan terbitnya berbagai surat kabar dan pembukuan selama abad ke-16. Mesin cetak pertama dibawa ke pulau Jawa pada tahun 1659. Pada tahun 1919, tercatat 3080 tenaga kerja terbagi ke dalam 120 perusahaan yang bekerja di bidang industri percetakan. Selama masa kolonial Belanda, tercatat sebanyak 3000an tenaga kerja Belanda dan Jerman yang bekerja dalam industri percetakan (hlm. 129).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017

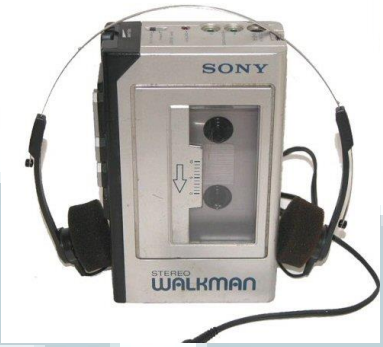
Sachari (2007) menambahkan bahwa perkembangan selanjutnya dari industri percetakan adalah mesin cetak web offset. Mesin ini pertama kali digunakan di Indonesia pada tahun 1969 untuk koran Harian Merdeka. Pada tahun 1970an, hadir berbagai majalah remaja yang muncul seiringan dengan masuknya budaya pop. Budaya pop masuk ke Indonesia melalui musik dan media massa yang diadopsi oleh perupa Indonesia melalui ilustrasi, poster, sampul kaset, sampul piringan hitam, pakaian dan kostum (hlm. 159).

Gambar 2.5.4.9. Pancuran air
(www.flexispray.com.au)

Webb dan Suggitt (2000) menyatakan bahwa kebudayaan mandi sudah ada sejak jaman Yunani dan romawi kuno yang percaya bahwa mandi merupakan bentuk dari regenerasi tubuh dan kesejahteraan. Terdapat dua jenis mandi, yaitu dengan berendam dan pancuran air (hlm. 248). Pada akhir abad ke-20, pancuran air menjadi populer karena cepat dan efektif. Pancuran air diciptakan oleh orang Inggris bernama William Feetham pada tahun 1767, namun karena saluran air terbatas, bahkan untuk orang kaya, maka pancuran air kurang populer saat itu. Hingga akhirnya Vincent Priessnitz membuka klinik terapi dengan air yang menggunakan pancuran sebagai alat terapi pada tahun 1829, klinik seperti ini muncul di mana-mana (hlm. 249).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017




Gambar 2.5.4.10. *Walkman*
(www.ignition3.com)

Holmes (2006) menyatakan bahwa *tape recorder* merupakan hasil pengembangan teknologi dari fonograf milik Thomas Edison dan Emile Berliner pada tahun 1876 dan 1896 di Amerika Serikat dan Inggris. Perekam suara magnetik pertama kali diciptakan oleh Valdemar Poulson, seorang ilmuan Denmark, pada tahun 1899. Pada tahun 1963, perusahaan Philips asal Belanda memperkenalkan kaset *tape*. Dua tahun kemudian, Sony dan Panasonic memperkenalkan media perekam suara dengan *compact disc* (CD) (hlm. 304).



Analisis Ikonografi Pengaruh..., Wendi, FSD UMN, 2017