

PENCIPTAAN KARYA FOTOGRAFI PARODI DALAM KARAKTER SUPER HERO

¹Putri Sukmawati, ²Oky Mauludya Sudradjat

¹putrisukmawati1012@gmail.com, ²mauludyaoky@gmail.com

¹Retail Funding Relationship Manager OCBC NISP

²Jurusan Desain Komunikasi Visual, FKD, Universitas Informatika dan Bisnis (UNIBI)

ARTIKEL

Diterima: 3 Maret 2022



Direvisi: 18 April 2022



Disetujui: 23 Mei 2022

ABSTRACT

This article describes the research and creation of photographic works in a parody style. Parody photography works are presented with superhero objects from within the country and abroad. The research method used is qualitative with observation and interview data collection techniques. In addition, the method of creating works is carried out in 3 stages, namely: 1) exploration stage; 2) the design stage; and 3) the embodiment stage. Produced works in the form of photographic works in a parody style. It has the aim of being an irony/satire in today's society which has forgotten its own culture and pays more attention to foreign culture (pop) originating from other countries.

Keywords: Photography, Parody, Pop Culture, Super Heroes, Satire

ABSTRAK

Artikel ini menjelaskan mengenai penelitian dan penciptaan karya fotografi dengan gaya parodi. Karya fotografi parodi disajikan dengan objek superhero yang berasal dari dalam negeri dan luar negeri. Metode penelitian yang dipakai adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Selain itu, metode penciptaan karya dilakukan dengan 3 tahap, yaitu: 1) tahap eksplorasi; 2) tahap rancangan ; dan 3) tahap perwujudan. Dihasilkan karya berupa karya fotografi dengan gaya parodi. Hal itu memiliki tujuan sebagai ironi/sindiran pada masyarakat dewasa ini yang telah melupakan budayanya sendiri dan lebih memperhatikan budaya luar (pop) yang berasal dari negara lain.

Kata Kunci: Fotografi, Parodi, Budaya Pop, Pahlawan Super, Sindiran

PENDAHULUAN

Pergeseran nilai-nilai dan identitas nasional semakin tergerus seiring dengan perkembangan zaman. Terlebih dengan masuknya budaya populer (*pop culture*) di Indonesia yang mampu menyebar, terbukti lebih digemari dan diserap oleh masyarakat Indonesia. *Pop Culture* atau budaya pop diambil dari kata “popular.” John Storey (2009:8) mendefinisikan bahwa budaya pop merupakan budaya yang muncul sebagai hasil dari industrialisasi dan urbanisasi di mana negara Inggris merupakan negara pencetus budaya pop dalam sejarah.

Budaya pop secara mudah direspon dan disukai oleh masyarakat khususnya masyarakat urban sebab budaya pop hadir dalam bentuk hiburan seperti musik pop, film, animasi, komik, dan lain-lain yang semakin berkembang melalui perkembangan media. Hal ini dikemukakan oleh Williams (1983: 237) bahwa terdapat empat makna tentang budaya populer yakni: (1) disukai banyak orang; (2) jenis kerja rendahan; (3) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; dan (4) budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri.

Perkembangan budaya pop di Indonesia semakin pesat bersamaan dengan perkembangan media dan teknologi komunikasi sekitar tahun 1940-an. Komik merupakan salah satu bentuk perupa karya seni yang lahir dari peleburan budaya pop dengan budaya Indonesia. Sebagai contoh, seniman komik R. A. Kosasih mengadaptasi model tokoh komik pahlawan super Amerika *Wonder Women*

ke dalam tokoh perempuan pewayangan, seperti Sri Asih, Siti Gahara, dan Sri Dewi. Karakter pahlawan super atau *superhero* dari luar negeri dikemas ulang oleh seniman komik Indonesia dengan memasukkan unsur-unsur cerita rakyat atau legenda seperti wayang. Pengemasan kisah wayang seperti komik merupakan salah satu upaya untuk mengedukasi dan menyebarkan cerita pewayangan yang sarat akan makna serta memiliki nilai keluhuran nusantara.

Tokoh dalam cerita pewayangan seperti Semar, Gatot kaca, Gareng, dan lain-lain ditonjolkan memiliki kekuatan seperti pahlawan super yang lahir dari budaya populer. Akan tetapi, karakter pahlawan super atau *superhero* asing justru lebih menarik perhatian masyarakat Indonesia dibandingkan dengan tokoh pahlawan super nasional. Fenomena ini diakibatkan dari proses asimilasi budaya yang menyebabkan perubahan kebudayaan secara total akibat membaurnya dua kebudayaan atau lebih sehingga ciri-ciri kebudayaan yang asli atau lama tidak tampak lagi. Tanpa sadar, asimilasi budaya populer telah mengubah pola pikir, minat, dan dampak sehingga terjadi ketidakseimbangan penerimaan informasi budaya populer dan informasi budaya lokal yang mana budaya lokal berakar dari filosofi dan memiliki nilai-nilai keluhuran.

Fenomena ini menjadi latar belakang dalam membuat hasil karya. Peralihan budaya Indonesia menjadi budaya pop yang terjadi pada tokoh pahlawan super Indonesia yang tergerus oleh tokoh pahlawan asing divisualkan melalui karya

seni fotografi dengan unsur parodi. Parodi secara definisi menurut Sugono (2008: 1023) adalah karya sastra atau seni yang dengan sengaja menirukan gaya, kata penulis, atau pencipta lain dengan maksud mencari efek kejenaakaan atau cemooh. Viora (2018:67) menambahkan pula bahwa parodi merupakan teknik menyampaikan kritik terhadap realita yang ada pada zamannya. Lalu, Piliang (2003:214) menyimpulkan dua kesimpulan parodi yang dapat ditarik berkenaan dengan parodi yaitu sebagai berikut:

- a. Parodi adalah satu bentuk dialog (menurut pengertian Bakhtin), yaitu suatu teks bertemu dan berdialog dengan teks lainnya.
- b. Tujuan dari parodi adalah untuk mengekspresikan perasaan tidak puas, tidak senang, tidak nyaman berkenaan dengan intensitas gaya atau karya masa lalu yang dirujuk.

Berdasarkan definisi dan tujuan parodi yang diungkapkan oleh Piliang, diciptakanlah karya fotografi dengan unsur parodi. Hal tersebut bertujuan sebagai potret realitas sosial yang terjadi sebagai bentuk kegelisahan dan ironi pada masyarakat Indonesia khususnya para generasi muda lebih menyukai kisah pahlawan super dari negara lain dibandingkan kisah dari negara sendiri.

Baudrillard, seorang sosiologis, filsuf dan ahli teori budaya mengungkapkan bahwa perkembangan media massa yang pesat memengaruhi mentalitas khalayak terhadap realitas. Kehadiran televisi pada era modernisme menjadi pusat hiburan

dan informasi yang paling canggih dan aktual pada masanya yang ternyata menimbulkan permasalahan baru yakni perubahan signifikan objek di mana khalayak merasa bahwa tayangan di televisi adalah objek penting untuk dikonsumsi. Baudrillard dalam Agbisit (2014:2) mengatakan bahwasanya manusia tidak berdaya dan sulit melepaskan diri dari kekuasaan objek, sehingga penonton dengan mudah terhanyut logikanya dalam objek seperti televisi, fesyen, komoditas, dan gaya hidup.

METODE PENELITIAN DAN PENCIPTAAN

Metode yang penulis gunakan dalam menyelesaikan penelitian dan karya ini adalah metode kualitatif. Sebab dalam proses pembuatan sebuah karya fotografi memerlukan proses praproduksi yang terdiri atas tahapan-tahapan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumen untuk memperoleh fakta dan fenomena yang terjadi. Hal ini selaras dengan pengertian metode kualitatif menurut Yusuf (2014: 238) di mana metode ini merupakan cara untuk menemukan jawaban terhadap fenomena dengan mengumpulkan tahap demi tahap. Berikut tahapan yang dilakukan peneliti: (1) Observasi, peneliti melakukan observasi budaya pop dan budaya nasional di Indonesia; (2) Wawancara, peneliti melakukan pengumpulan data-data mengenai persepsi budaya pop dan pengaruhnya terhadap budaya nasional terutama pada aspek karya tokoh pahlawan super Indonesia; dan (3) Dokumentasi, peneliti memperoleh

informasi terkait budaya pop melalui dokumen-dokumen seperti buku, penelitian, dan artikel sebagai landasan teori dalam melaksanakan penelitian.

Selain metode penelitian kualitatif sebagai pengumpulan data, selanjutnya dilakukan tahapan metode penciptaan. Pada metode penciptaan ini dilakukan tiga tahapan, yaitu sebagai berikut:

(1) Tahapan Eksplorasi, pada tahap ini penulis mengaplikasikan metode kualitatif seperti observasi, wawancara dan dokumentasi untuk memperkuat ide dan pengetahuan sebelum terjun dalam penciptaan karya. Penulis berupaya memahami lebih dalam isu ancaman budaya nasional yang muncul dari hasil asimilasi budaya pop di Indonesia. Pada tahapan ini, penulis mengungkapkan konsep karya dengan mengusung konsep non-konvensional naratif dan visual, yang mana pada karya foto budaya populer, penulis tidak menggunakan narasi untuk menjelaskan ceritanya. Karya ini mengandalkan kekuatan dari visual yang dimunculkan baik itu keunikan-keunikan yang dihadirkan maupun dari fesyen dan konsep sebagai bagian dari mengomunikasikan makna yang terkandung di dalamnya. Dalam hal ini komunikasi yang digunakan dalam medium foto yakni menggunakan komunikasi non verbal, sebab dalam penyajiannya disampaikan melalui media yang menggunakan bahasa rupa, yang banyak mengandung muatan emosional yang pada umumnya digunakan untuk menyampaikan fakta atau keadaan yang sedang terjadi.

(2) Tahapan Rancangan, setelah melalui hasil riset maka penulis mulai pada tahap preparasi konsep, properti, dan aktor yang akan menjadi tokoh wayang sebagai objek foto serta produksi gambar. Objek utama dalam karya ini adalah pahlawan super atau *super hero* baik itu dalam budaya lokal maupun tokoh asing. Karya ini berupaya memvisualisasikan bagaimana karakter pahlawan super nusantara merasa terasingkan dengan kehadiran pahlawan super dari negara Barat ehingga berdampak pada kurangnya generasi pewaris budaya di Indonesia tidak mengetahui karakter-karakter yang menjadi bagian dari identitas negaranya.

(3) Tahapan Perwujudan, tahapan ini merupakan proses pasca produksi di mana hasil foto yang sudah dibuat, penulis melakukan proses *editing* dan *retouching* untuk mendapatkan hasil efek yang maksimal sesuai dengan yang ingin divisualisasikan.

PEMBAHASAN

Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi begitu pun sebaliknya komunikasi pun turut berperan dalam memelihara, mengembangkan, dan mewariskan budaya. Edward T. Hall (1959:218) memaparkan bahwa "budaya adalah komunikasi" dan "komunikasi adalah budaya".

Budaya populer yang telah hadir dan masuk tanpa diimbangi dengan filter yang baik sedikit demi sedikit terlihat seperti membuat bias tatanan budaya yang sudah ada, sehingga ciri-ciri kebudayaan yang asli atau lama tidak tampak lagi.

Penulis membuat karya dengan menggabungkan budaya populer dengan budaya lokal Indonesia seperti pewayangan. Gambaran karya yang di munculkan merupakan sosok super hero yang dikemas kedalam penggambaran parodi. Pengemasan karya yang dikemas melalui konsep parodi ini dianggap menarik oleh penulis.

Karya ini menjadi bagian dari ungkapan perwujudan perasaan kegelisahan penulis yang diwujudkan kedalam sebuah medium foto yang dapat diinterpretasikan oleh setiap pengamat yang melihatnya sesuai dengan pengalaman dan kapasitas estetis pengamatnya. Penulis mengajak para audiens pada realitas yang tergambarkan pada karya yang disuguhkan, yang melibatkan unsur psikologis penulis dengan mengamati, berimajinasi dan mengekspresikannya sehingga diharapkan dapat memberikan rangsangan pada audiens untuk berimajinasi dan juga diharapkan dapat mengantarkan audiens pada persepsi.

Penciptaan karya fotografi diyakini sebagai media dalam menyampaikan pesan-pesan untuk menyebarkan tujuan tertentu. Hal ini disebutkan oleh Soedjono (2006: 27), bahwa karya fotografi dimanfaatkan dan dirancang dengan konsep khusus dengan menentukan objek foto serta foto tersebut diproses dan disajikan sesuai dengan maksud kepentingan sang fotografer. Dalam meluapkan ekspresi artistik dirinya, maka karya tersebut bisa menjadi sebuah karya fotografi ekspresi.

Pada eksekusinya, penulis menggunakan parodi sebagai cara untuk meng-

gambarkan krisis budaya yang terjadi. Lebih lanjut, penulis menggunakan konsep metafora visual. Menurut Handriyotopo (2019:3), metafora *social* merupakan representasi seseorang, tempat, benda, atau ide melalui gambar visual yang menunjukkan asosiasi atau titik kesamaan tertentu. Ini juga dikenal sebagai metafora bergambar dan penjajaran analogis. Sebagai bentuk analogi, penulis menghadirkan karakter pahlawan super (*superhero*) yang merupakan produk dari budaya luar asing dan karakter pewayangan yang menjadi bagian dari identitas budaya Indonesia yang memiliki nilai-nilai keluhuran.

Penulis mencoba untuk membuat lompatan-lompatan nilai pada komposisi yang dihadirkan pada karya, dengan karakter *superhero* asing mendominasi karya yang dihadirkan dengan tafsir bahwasanya budaya asing sudah bias dan mengikis budaya-budaya yang ada.



Gambar 1. Foto karya penulis (Sukmawati, 2021)

Berdasarkan foto parodi di atas, penulis ingin menggambarkan suatu situasi sosok karakter wayang Indonesia yang 'mati' dan para karakter pahlawan super dari tokoh kartun Barat menghadiri dan mendoakan di pemakaman. Fenomena ini

menjadi sebuah analogi bahwa masyarakat Indonesia sudah terpapar oleh budaya populer dari Barat yang mengakibatkan padamnya pengetahuan dan kepedulian masyarakat pada budaya sendiri yang digambarkan melalui tokoh wayang.



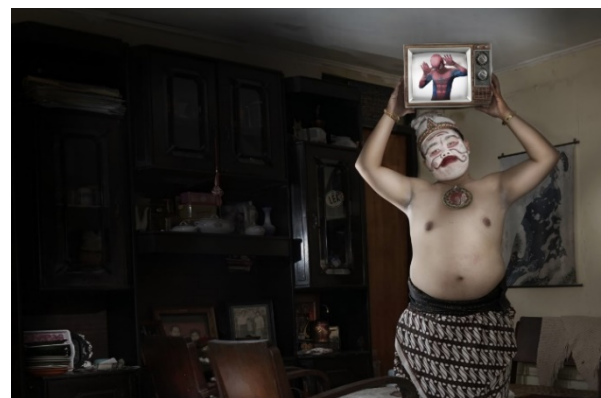
Gambar 2. Foto karya penulis (Sukmawati, 2021)

Karya yang tertera di gambar 2 dilatarbelakangi dari masalah-masalah lokal yang terjadi untuk merespon fenomena-fenomena aktual dewasa ini yang diharapkan dapat berinteraksi dengan keadaan sosial yang ada dengan dihidirkannya karakter super hero sebagai dasar landasan pemikiran dan metafor utama. Seperti pada karya foto yang dicantumkan, terdapat sosok pahlawan super asal Amerika Serikat yakni *Spider-man* yang berdiri pada podium dan terlihat seperti memberikan instruksi pada bawahannya. Pada foto tersebut, karakter wayang menjadi bawahan yang diperintah oleh *Spider-man*.

Spider-Man adalah tokoh pahlawan super fiktif yang diterbitkan oleh penerbit Marvel Comics dan diciptakan oleh Stan Lee dan Steve Ditko dalam bentuk buku pada tahun 1962 dan muncul adaptasi film layar lebar pada tahun 2002 yang

mendapat respon positif dari audiens di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Sejak saat itu, sosok *Spider-man* sebagai pahlawan super yang memiliki kekuatan super seperti laba-laba dengan mudah mencuri hati masyarakat Indonesia sehingga banyak pakaian dan souvenir *Spider-man* laris di pasaran baik di kalangan anak-anak maupun orang dewasa. Berbeda halnya dengan produk karakter wayang yang acap kali dianggap 'kolot' dan tidak keren jika dibandingkan dengan karakter pahlawan super dari luar negeri.

Penulis menganalogikan bahwa budaya populer dari Barat memiliki pengaruh dan kekuatan besar pada masyarakat Indonesia yang perlahan-lahan telah 'menguasai' masyarakat Indonesia untuk membangun realitas dan mental seperti halnya masyarakat Barat. Hal ini selaras dengan tujuan penulis yang ingin menggambarkan betapa mirisnya pemuda Indonesia yang telah menanggalkan nilai-nilai nusantara.



Gambar 3. Foto karya penulis (Sukmawati, 2021)

Lebih lanjut, penulis memvisualisasikan pengaruh budaya populer di Indonesia yang dipengaruhi oleh

perkembangan media televisi. Kemunculan televisi di Indonesia dimulai sekitar tahun 1962 dan diawali oleh stasiun televisi milik negara yaitu TVRI. Seiring perkembangan zaman, mulai bermunculan stasiun televisi swasta yang menampilkan film-film Barat sebagai daya tarik penonton Indonesia. Penayangan film-film dan serial televisi luar negeri memberikan angin segar bagi masyarakat Indonesia dan mempersepsikan tayangan ini jauh lebih keren dan seru dibandingkan acara lokal. Kecanggihan efek visual pada produksi film dan serial televisi asing membuat karakter pahlawan super asli Indonesia terkesan membosankan.

Pada karya foto di gambar 3, terlihat karakter Gareng mengangkat sebuah televisi yang menampilkan tokoh *Spider-Man* yang berpose bak mencibir. Foto ini merupakan sebuah analogi budaya nusantara seolah direndahkan dan dianggap sepele dengan kehadiran budaya asing. Hal ini menggambarkan fenomena di mana antusiasme masyarakat terhadap budaya nusantara semakin rendah, bahkan terancam pudar.



Gambar 4. Foto karya penulis (Sukmawati, 2021)

Seperti yang diungkapkan oleh penulis sebelumnya mengenai pendapat Baudrillard yang mengaitkan konsumsi media yang tinggi dapat mengubah signifikansi terhadap suatu objek. Lebih lanjut, Agbisit (2014:1) mengatakan bahwa perilaku ini membangun masyarakat konsumen, masyarakat yang terobsesi dengan kecepatan dan memiliki karakter tingkat konsumsi yang tinggi terhadap barang seperti keinginan untuk memiliki dan menggunakan produk-produk bagus. Industri kapitalis dari negara asing menyajikan perangkat teknologi terbaru dan produk *fashionable* mendikte khalayak tentang tren masa kini. Perilaku konsumtif ini mendorong hasrat masyarakat yang kuat untuk mengikuti identitas, gaya, dan budaya yang ditampilkan industri kapitalis asing di media massa.

Indonesia yang merupakan negara berkembang, tentu dengan mudah dipengaruhi oleh trend yang disebarluaskan oleh bangsa asing. Melalui fotografi parodi, penulis ingin menggambarkan masyarakat Indonesia yang mulai mengonsumsi produk-produk asing berkat tren yang disebarkan di media massa. Dapat dilihat dari foto di atas, tokoh Gareng terlihat sedang duduk dan memakan *McDonald's*, sebuah restoran cepat saji asal Amerika Serikat yang terkenal di Indonesia. Hasil foto ini merupakan sebuah kritik terhadap masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat konsumsi tinggi terhadap produk-produk asing yang artinya, masyarakat Indonesia mulai mengikuti gaya hidup budaya luar.

SIMPULAN

Karya fotografi yang dibuat merupakan bagian dari ungkapan perasaan yang ada di dalam benak pikiran, tentunya melibatkan unsur psikologis di antaranya dengan mengamati, berimajinasi, dan mengekspresikannya yang dihadirkan dalam sebuah bentuk karya foto. Proses pengerjaan/penciptaan karya dimulai dengan pencarian dan pengumpulan data dengan metode penelitian kualitatif. Dilanjutkan dengan 3 tahapan pada metode penciptaan sehingga terciptanya karya foto. Dalam proses penciptaan dibutuhkan pendalaman dan pemaknaan serta analisis dan observasi untuk menghasilkan karya foto yang mampu berkomunikasi yang mewakili keresahan dan ungkapan perasaan penulis. Karya yang dihasilkan mengusung konsep parodi dengan tujuan untuk mengkritisi fenomena pudarnya nilai-nilai luhur Indonesia oleh hadirnya budaya populer dari negara asing dengan menganalogikan masyarakat Indonesia sebagai karakter wayang dan budaya populer asing dengan karakter pahlawan super asing.

DAFTAR REFERENSI

Agbisit, G.C. (2014). Baudrillard's Vision of the Postmodern Society and the Hope

for Human Action. *Inquiries Journal*, 6 (3), 1-2.

Hall, E.T. (1959). *The Silent Language*. Palatine: Anchor Bookpress.

Handriyotopo. (2019). *Metafora dan Jejak Retorika Visual Karya Seni*. Surakarta: ISI Press.

Pilliang, Y. (2003). *Hipersemiotika: Tafsir cultural studies atas matinya makna*. Yogyakarta: Jalasutra.

Soedjono, S. (2007). *Pot-pourri Fotografi*. Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti.

Storey, J. (2009). *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction (5th Edition)*. University of Sunderland: Pearson-Longman.

Sugono, D., dkk. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (Edisi Keempat)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Viora, D. (2018). Sejarah, Mitos, dan Parodi Dalam Penciptaan Karya Sastra Modern Indonesia Warna Lokal. *Jurnal Basicedu*, 1 (2), 66-75.

Williams, R. (1983). *Culture and Society, 2nd Edition*. New York: Columbia University Press.

Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.