

**WHEAT PASTE DI JALANAN YOGYAKARTA
(SENI CETAK GRAFIS SEBAGAI ALTERNATIF MEDIA POP PROPAGANDA)**

Oleh: Deni Rahman*

ABSTRAK

Ketika kita mengamati ruang publik Indonesia, di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung dan Yogyakarta, terlihat ruang publik sekarang dikemas dengan berbagai citra konsumen, yang ditawarkan oleh pemilik modal, dengan poster, spanduk, dan billboard. Selain itu kita juga dapat menemukan semangat 'pemberontakan anak muda' melalui grafiti, mural, dan yang sekarang menjadi lebih populer adalah *wheat paste*. Bersaing untuk mendapatkan perhatian masyarakat dengan gambar visual di ruang publik, tentu saja, akan selalu dimenangkan oleh mereka yang memiliki modal. Artis jalanan harus pintar-pintar memilih media dan teknik yang paling tepat untuk digunakan. Menggunakan seni grafis dengan teknis *wheat paste* untuk membuat propaganda populer, akan menjadi salah satu strategi cerdas, karena seni grafis dapat dibuat besar, namun tetap memiliki kekuatan artistik.

Kata kunci: propaganda, seni grafis, seni jalanan, *wheat paste*

ABSTRACT

When we observe the Indonesian public space, in big cities such as Jakarta, Bandung and Yogyakarta, we can see that the space is now packed with a wide range of consumer imagery, which is offered by the owners of capital, with posters, banners, and billboards. Moreover we can find also the spirit of 'youth rebellion' through graffiti, murals, and which is now becoming more popular or well is a wheat paste. Competing for attention with the visual images in the public space, of course, will always be won by those who have capital. The street artist should be smart to choose the media and what is the most appropriate technique to use. Using printmaking with many variety of technical work to make wheat paste of popular propaganda, will be one of smart strategy, because printmaking can be created massive, but still has the artistic power.

Keywords: propaganda, printmaking, street art, wheat paste

PENDAHULUAN

Mural sama-sama yang digagas oleh Apotik Komik pada tahun 2003 silam, menjadikan seni mural di jalanan Yogyakarta menjadi bentuk kreativitas seni publik yang begitu populer. Di Yogyakarta mural hadir hampir di setiap dinding-dinding bangunan di pinggir jalan protokol hingga di dinding-dinding kampung. Begitu banyaknya karya mural yang hadir, dengan beragam kualitas, dari buruk hingga istimewa, dengan beragam tema, dari tema sederhana hingga tema-tema berbau politik. Bisa dikatakan mural di Yogyakarta sampai pada titik yang menjemukan, karena terkandung adanya mural di sebuah dinding bangunan akhirnya menjadi sampah visual.

Setelah 'booming' mural di Yogyakarta ada fenomena menarik di ranah *street art* Yogyakarta dalam kurun waktu 3 tahun terakhir ini, yaitu semakin diminatinya *street art* oleh kaum muda (banyak diantara mereka adalah pelajar, baik SMA maupun SMP), menjadi *street artist* adalah 'seksi'. Tentu saja hal ini tak lepas dari efek Banksy dan juga Shepard Fairey dengan Obey-nya

yang begitu fenomenal.

Para pelaku seni jalanan ini, kini tak ragu lagi untuk menyebut diri mereka sebagai *street artist*, menempel image diri di jalanan pun sudah menjadi hal yang mereka anggap lumrah. Tapi bukanlah mural yang kini banyak mereka kerjakan untuk memenuhi dinding-dinding 'seksi' di pinggir jalan tersebut, melainkan *wheat paste*.

Telah banyak tulisan di media online yang meyinggung tentang fenomena *wheat paste* di Indonesia, terutama Yogyakarta. Tapi belum ada tulisan yang komprehensif dari seorang kritikus seni ataupun pengamat seni yang membahas dan mengkritisi fenomena ini dengan banyak tinjauan yang dapat dipakai. Sebagai seorang perupa yang banyak menggunakan teknik cetak grafis dan pernah pula memanfaatkan teknik cetak grafis sebagai media street art, penulis mencoba untuk membahas fenomena *wheat paste* ini dari sudut pandang teknik cetak grafis dan mengkaitkannya dengan budaya populer dan seni propaganda.

***Wheat Paste* Teknik Cepat Saji**

Wheat paste bukanlah sesuatu yang baru terdengar di telinga

anak muda di dunia saat ini, termasuk anak-anak muda di Yogyakarta, terlebih dikalangan *street artist*. *Wheat paste* adalah salah satu teknik yang digunakan sebagai media presentasi karya di ruang publik maupun private. Teknik ini sangat sederhana yaitu menempelkan karya berupa gambar maupun tulisan yang dibuat di atas kertas pada permukaan yang rata seperti dinding beton dengan menggunakan perekat berupa pasta. Pada awalnya perekat ini bisa dibuat dari sayuran seperti kentang, gandum atau beras. Perekat bisa dibuat sendiri dengan mencampur kentang, gandum atau beras dengan air, kemudian dimasak hingga menjadi cairan pasta. Penggunaan teknik *wheat paste* sudah dimulai sejak tahun 1890. Digunakan sebagai media publikasi perusahaan alkohol dan nighth club. *Wheat paste* dikenal juga dengan nama Marxist Glue, arena banyak digunakan oleh aktivis sebagai media *flypos* propaganda.

Seiring perkembangan jaman, kini perekat yang digunakan untuk *wheat paste* dibuat dengan campuran bahan yang sangat beragam. Hal itu ditujukan untuk menghasilkan perekat yang kuat dan tahan lama. Ada dua macam jenis *wheat paste*

yang banyak digunakan oleh para *street artist*. Yaitu *wheat paste* poster dan *wheat paste* cut out. *Wheat paste* poster adalah *wheat paste* dengan karya-karya berupa poster, pada umumnya berbentuk persegi empat, sedangkan *wheat paste cut out* adalah *wheat paste* yang karyanya dipotong sesuai bentuk objeknya.



Gambar 01

wheat paste cut ou karya Quint
di Jl. Mangkubumi Yogyakarta

Foto: Deni Rahman

Sedangkan untuk teknik pembuatan karya *wheat paste* yang banyak digunakan saat ini adalah teknik photocopy dan teknik stencil. Teknik photo copy adalah teknik

yang paling mudah untuk dibuat, setelah desain dibuat baik manual maupun menggunakan *software graphic design*, kemudian dicetak dengan digital print dan digandakan dengan teknik photocopy. Teknik photocopy dapat dengan mudah membuat berbagai macam ukuran karya sesuai yang dikehendaki. Tapi teknik ini kebanyakan hitam putih. Bila ingin menambahkan warna, biasanya dilakukan dengan *hand coloring*, menggunakan cat akrilik atau cat minyak. Untuk menghasilkan karya *wheat paste* banyak warna, teknik stencil kerap menjadi pilihan.



Gambar 02

Wheat paste poster anonim,
di JL. bahuasran, Yogyakarta

Foto: Deni Rahman (2014)

Penggunaan *wheat paste* dalam berkarya di jalan selain pertimbangan artistik, adalah strategi mengatasi waktu. Karena jalanan kadang tak bersahabat bila seorang *street artist* harus berlama-lama membuat karyanya. Mereka bisa mempersiapkan karya yang akan ditempel, di studio. Selain itu kelebihan adalah mobilitas dan kekuatan distribusinya. Karya *wheat paste* dapat dengan mudah dibawa atau dikirim, dengan jejaring *street artists* yang kian meluas di Indonesia bahkan internasional, mereka bisa saling bertukar karya agar penyebarannya semakin luas.

Bila kita perhatikan sebagian besar karya-karya *wheat paste* dibuat untuk tujuan propaganda. Akan tetapi bentuk propagandanya beda dengan karya-karya propaganda yang dibuat untuk kepentingan keagamaan ataupun masa-masa perang dunia 1 dan 2 dahulu. Karya propaganda *street artist* kini lebih terpengaruh oleh budaya populer. Street artist Yogyakarta yang banyak menggunakan *wheat paste* di antaranya adalah Anti Tank, Love Hate Love, Ketjil Bergerak, dan Quint.

PEMBAHASAN

Cetak Grafis Dan Propaganda

Sejak awal ditemukannya, seni cetak grafis telah banyak digunakan sebagai media propaganda, hal ini disebabkan karena seni cetak grafis mampu menghasilkan penggandaan. Dalam upaya membawa seni cetak grafis ke medan wacana seni rupa kontemporer yang tidak hanya seputar pengenalan dan pemahaman, seni cetak grafis, dan cabang seni rupa lainnya hanyalah sekedar bahasa, seperti kita menggunakan bahasa Indonesia, Jawa, Sunda dan lainnya. Persoalan yang jauh lebih penting adalah berbicara apa kita? Apakah kita akan membual dengan merangkai kata-kata indah, mencaci maki, menggurui, menghibur atau banyak lagi tujuan yang bisa dicapai, tentu saja itu terserah si pengguna bahasa.

Bila mengamati ruang publik, di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung dan Yogyakarta, bisa dirasakan betapa ruang itu kini menjadi penuh sesak dengan berbagai macam citraan konsumtif yang ditawarkan kaum pemilik modal dengan poster, baliho, spanduk, dan Billboard. Bersanding dengan itu, dapat ditemukan juga semangat “pemberontakan anak muda” melalui

graffiti, mural, dan yang kini semakin populer *wheatpaste* stencil atau juga *wheatpaste* photocopy. Saling berebut perhatian dengan citraan visual di ruang publik ini, yang tentu saja akan selalu dimenangkan oleh mereka yang bermodal besar. Untuk mensiasati ‘peperangan’ di ruang publik, para pelaku seni jalanan haruslah pandai memanfaatkan media dan teknik apa yang paling tepat digunakan. Seni cetak grafis dengan berbagai kemungkinan teknisnya memberi tawaran menjadi media propaganda yang efektif, karena dapat dibuat masif namun tetap mempunyai kekuatan artistik.

Seni cetak grafis terlahir berabad-abad yang lalu sebagai teknik yang memungkinkan sebuah gambar atau tulisan dapat digandakan dengan berbagai tujuan. Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan,, cabang seni inipun mengalami perkembangan dalam hal teknik, media, gagasan dan tujuannya. Ketika teknologi telah sedemikian majunya, hingga proses penggandaan sepuluh ribu lembar gambar maupun tulisan hanya membutuhkan waktu tak lebih dari 24 jam, lalu apa istimewanya kelebihan seni cetak grafis konvensional di era yang serba digital

ini? Sementara di sisi lain, paradigma para pencinta seni, terutama di Indonesia, terhadap karya seni rupa belum beranjak dari hasrat mengoleksi karya yang otentik, dan orisinal seperti seni lukis misalnya. “Mitos orisinal membangun sebuah tata nilai bahwa hasil penciptaan seni dari seorang seniman harus tunggal, tidak memiliki kembarannya di dunia ini. Sifat ‘tunggal’ atau ‘satu’ merupakan refleksi dari keunikan, dan oleh karenanya berharga. Mereka yang ingin mengoleksi karya seni grafis seringkali mengalami hambatan dalam menerima konteks ini”. (Aminudin TH Siregar: 2010). Hal tersebut diperparah dengan ketidakpahaman mereka tentang seni cetak grafis itu sendiri. Para pegrafispun pada akhirnya sering terjebak untuk membuat karyanya dengan se-eksklusif mungkin dalam upaya bernegosiasi dengan keadaan, atau bisa kita sebut logika umum (pasar). Pop propaganda dengan *wheat paste*, menjadi fenomena gerakan seni rupa kontemporer yang menggejala di seluruh kota-kota besar dunia, termasuk Yogyakarta memberi peluang bagi eksistensi seni cetak grafis kembali sebagai media propaganda. Paling mengembirakan dari fenomena ini ada-

lah pelakunya sebagian besar anak muda, sehingga potensi seni cetak grafis untuk diminati oleh kaum muda juga menjadi besar pula.

Propaganda

Propaganda diciptakan untuk mempengaruhi pikiran dan perilaku orang, dengan tujuan menghasilkan respon yang memenuhi sasaran pelaku propaganda. Politikus, media, dan pemerintah sering menggunakan propaganda untuk memperoleh dukungan atas kebijakan yang dikeluarkan.

Propaganda memiliki banyak kesamaan dengan pemasaran (marketing) atau periklanan (advertising), terutama dalam hal pesan yang dibuat secara khusus dan selektif untuk mendorong/ menggugah emosi penerima pesan (*recipient*).

Teknik Komunikasi Massa dalam Propaganda

Studi propaganda telah mengalami perkembangan pesat sejak awal abad ke-20. Ketujuh teknik propaganda ini adalah model awal propaganda dan tidak terlalu komprehensif, meski demikian model awal ini akan memberi pengenalan tentang bagaimana propaganda dapat berperan dalam lingkungan

sosial. Ada Tujuh Teknik komunikasi massa propaganda:

1. *Name-calling*

Teknik ini menggunakan kata-kata yang menghubungkan seseorang atau ide dengan konsep yang negatif. Tujuannya untuk membuat orang menolak sesuatu karena asosiasi negatif yang melekat pada orang atau ide tersebut tanpa melihat kenyataannya. Contoh kata yang digunakan; 'Teroris', 'Premanisme', 'Koruptor', 'PKI'.



Gambar 03

Penggunaan teknik komunikasi propaganda yang banyak dilakukan *street artis* Yogya. Name calling

Sumber:
antitankproject.files.wordpress.com

2. *Glittering Generalities*

Kebalikan dari *name-calling*, teknik ini menggunakan *highly value concepts* dan *beliefs* yang membuat audien merasa positif dan mengundang tepuk tangan meriah bila diorasionkan di depan massa. Kata-kata yang digunakan biasanya bermakna rancu, namun atraktif seperti ; 'Merdeka', 'Luar Biasa', 'Sukses'.



Gambar 04

Penggunaan teknik komunikasi propaganda yang banyak dilakukan *street artis* Yogya. *Glittering Generalities*

Foto: Deni Rahman

3. *Transfer*

Ini adalah teknik yang digunakan oleh pelaku propaganda untuk

“memindahkan” otoritas dan penerimaan atas sesuatu yang anda hormati atau puja menjadi sesuatu yang ingin anda miliki. Cara yang digunakan yaitu dengan memproyeksikan sifat-sifat entitas orang, atau simbol ke dalam wujud lainnya melalui asosiasi/ penghubungan visual atau mental.

Hal ini menstimulasi penerima pesan/ resipien untuk mengidentifikasi dirinya dengan otoritas tersebut. Sebagai contoh adalah menyandingkan Tokoh bung Karno dengan Megawati, hal ini dilakukan agar sifat- sifat bung karno seperti nasionalis, orator ulung, tegas, dan berwibawa tertular pada Megawati.

4. Testimonial

Tujuan testimonial adalah untuk menguatkan pengalaman, otoritas dan rasa hormat seseorang dan menggunakannya untuk mempromosikan sebuah produk atau hal. Testimonial memiliki daya tarik yang jauh lebih kuat terhadap emosi daripada terhadap logika, karena testimonial sejatinya memberikan pembenaran yang lemah atas suatu produk atau tindakan.

5. Plain Folks

Teknik di mana pelaku propaganda menempatkan dirinya sebagai orang biasa seperti halnya target audien, untuk menunjukkan kemampuannya berempati dan memahami kepedulian/ perasaan massa. Pelaku menunjukkan perilaku atau menggunakan bahasa dan sikap yang menyatu dengan sudut pandang audien.

6. Card Stacking

Sebuah cara yang memanipulasi persepsi audien dengan menekankan satu sisi argumen yang memperkuat posisi anda, sambil di sisi lain menekan/ meminimalisir opini yang bertentangan.

7. Bandwagon

Dalil dasar teknik *bandwagon* adalah '*since everyone is doing it, you should too*'. Tujuannya mempersuasi orang lain untuk mengikuti trend umum dengan cara memperkuat keinginan manusia untuk berada pada sisi yang menang. Pelaku 'mengompori' audien bahwa mereka akan kehilangan atau ketinggalan sesuatu bila tidak ikut bergerak dengan massa lainnya. Memanipulasi rasa takut dan rasa tidak

aman. (Alfred McClung Lee & Alizabeth Briant Lee : 1939)

Dari ketujuh teknik komunikasi massa yang dapat dijadikan acuan dalam membuat karya propaganda, yang paling banyak digunakan oleh kebanyakan *street artist* di Yogyakarta adalah *name calling* dan *Glittering Generalities*. Penggunaan teknik tersebutpun mungkin tidak disadari oleh mereka. Hal tersebut kemungkinan karena pengaruh dari banyak ungkapan yang sering dipakai oleh orang Jawa. Seperti '*Mangan ora mangan sing penting kumpul*' faktor *beliefs* menjadi dominan dalam contoh tersebut.

Pop Propaganda dengan *Wheat Paste* Cetak Grafis

Pop propaganda adalah propaganda yang terkait dengan budaya populer. Hal hal yang mempengaruhi seperti musik, film, fashion, infotainment, dan banyak lagi. Telah dijelaskan bahwa seni cetak grafis dapat dimanfaatkan sebagai media propaganda karena mampu digandakan dengan keorisinalitasannya.

Hingga saat ini belum banyak *street artist* di Yogyakarta yang memanfaatkan teknik grafis selain

stencil art. Cetak Tinggi seperti cukil kayu dan *silk screen* sebenarnya sangat potensial digunakan sebagai media membuat karya wheat paste. Selain sangat memungkinkan dalam penggandaannya, teknik cukil kayu atau *silk screen* mempunyai kelebihan dalam eksplorasi bentuk maupun warna.

Karya yang hadir dijalanan menurut hemat saya bukanlah hanya mementingkan pesan propaganda semata. Kekuatan visual juga menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku *street artist*. Karena bagaimanapun dalam konteks ini *street artist* bermain di wilayah seni visual. Bagaimana bisa karya mereka dapat bersaing dalam merebut perhatian audiens di ruang publik dengan kompetitor seperti baliho, billboard, atau poster-poster yang dicetak dengan teknologi sponasi, yang begitu hingar-bingar dengan warna-warna yang menarik, jika mereka sudah merasa nyaman dengan teknik photocopy?

Penggunaan teknik cukil kayu untuk *wheat paste* poster sebenarnya sudah lama dipakai oleh Taring Padi lebih dari 10 tahun silam.



Gambar 05

Karya POP Propaganda, lokasi Pojok Benteng Timur, Yogyakarta.
Memakai image Tokoh Super hero (karya Anonim)

Sumber: image.urbancult.net.com

Sebuah komunitas di Yogyakarta yang banyak menyuarakan ketertindasan rakyat kecil oleh penguasa dan kaum kapitalis. Atau jika ditarik mundur lebih jauh adalah penggunaan teknik cukil kayu untuk poster pergerakan revolusi sekitar tahun 1943 yang dibuat Affandi bekerja sama dengan S. Soedjojono dan Dullah.

Shepard Fairey dan Obeynya adalah salah satu contoh seniman yang menggunakan *wheat paste* dengan teknik cetak grafis *silk sreen*. Tulisan ini tidak bermaksud untuk

memandang sebelah mata karya *wheat paste* yang dikerjakan dengan teknik photocopy, karena selain teknik, gagasan dan konsistensi dalam berkarya *wheat paste* juga sangat penting. Salah satu karya *wheat paste* dengan teknik photocopy yang cukup fenomenal adalah karya 'Menolak Lupa' dengan image almarhum Munir. Teknik *tracing image* menjadi karya hitam putih adalah eksekusi yang dipilih Anti Tank sebagai senimanya, kemudian digandakan dengan photocopy. Karya tersebut mampu bertahan dan

berlipat ganda keberadaannya, bahkan menyebar ke berbagai daerah di tanah air.



Gambar 06

Karya wheat paste photocopy dari Anti Tank
Sumber: www.naviculamusic.com

Saya pertama kali melihat karya tersebut sekitar 2 tahun yang lalu, namun karya *wheat paste* tersebut masih terus ditempel hingga kini, sungguh luar biasa. Lantas yang terlintas dipikiran saya adalah bagaimana jika karya tersebut dikerjakan dengan multi warna, menggunakan teknik *silk screen* misalnya. pasti akan lebih menarik.

Sebagai perbandingan adalah 'Hope' karya Shepard Fairey

yang berupa poster Barack Obama dibuat saat kampanye Barack Obama untuk pertama kalinya mencalonkan diri sebagai presiden AS tahun 2008. Poster tersebut berhasil menarik perhatian warga AS dan setidaknya turut andil bagi kemenangan Barack Obama.



Gambar 07

karya wheat paste *silk screen* dari Obey
Sumber: www.berlin-artparasites.com

SIMPULAN

Sebagai kesimpulan dari tulisan ini, ada beberapa hal yang menurut penulis dapat menjadi pertimbangan bagi para pelaku street art khususnya yang banyak bekerja dengan *wheat paste* sebagai media

pop propaganda, yaitu:

1. Ada beberapa teknik komunikasi yang dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat karya propaganda, sehingga karya yang dihasilkan tidak monoton dan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.
2. *Wheat paste* sangat menguntungkan sebagai teknik propaganda, karena daya sebarannya yang fleksibel.
3. Teknik grafis seperti teknik cukil dan teknik silk screen dapat menjadi pilihan cerdas untuk mensiasati kebutuhan artistik.

Bagaimanapun, *wheat paste* sebagai salah satu teknik yang digunakan dalam berkarya di jalanan yang paling utama adalah kekuatan visualnya. Bagaimana kekuatan visual dapat mempengaruhi publik yang menikmati seni ini di jalanan adalah hal yang semestinya dipikirkan untuk selalu dapat bersaing dalam merebut perhatian di medan pertarungan visual seperti jalanan.

*Penulis adalah staff pengajar di Prodi Seni Rupa Murni ISI Surakarta

DAFTAR PUSTAKA

TH Siregar, Aminudin (2010), Visual Art Magazine.Info.Jakarta

Alfred McClung Lee & Alizabeth Briant Lee (1939), The Fine Art of Propaganda, Harcourt, Brace and Com, New York