

Analisis Unsur Nilai Intraestetik pada Ilustrasi Liunic x H&M Kids Karya Martcellia Liunic

Fifie Silmi Zakiyah¹, Jaeni²
Institut Seni dan Budaya Indonesia Bandung^{1,2}

Abstract

Research discusses issues related to the intra-aesthetic value elements of illustrationa infashion products, specifically the Liunic x H&M Kids collaboration. This research conducted using a qualitative method with a literature study approach. Primary data supporting this research were obtained from documentation observation, then analyzed using the theory of intra-aesthetic values, through the elementary elements of fine art. The results of this study show that the Liunic x H&M Kids illustrations by Martcellia Liunic create playful, expressive and imaginative characteristics which are realized through doodle drawing styles and bold print design, natural element toned, both in the form of figurative and non-figurative objects. The world of fashion is fertile ground for the illustration trend, where illustrations provide a visual identity to products and also increase exposure for their creators, as well as bringing art into everyday life.

Keyword: visual analysis, fashion, illustration, intra-aesthetic, martcellia liunic

Artikel History:

Dikirim: 16 Januari 2025

Revisi : 6 Juni 2025

Diterima: 28 Juni 2025



Abstrak

Penelitian ini membahas masalah terkait unsur nilai intraestetik ilustrasi pada produk fesyen, khususnya kolaborasi Liunic x H&M Kids. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Data primer yang digunakan untuk menunjang penelitian ini diperoleh dari observasi dokumentasi, kemudian dianalisis dengan teori nilai intraestetik, melalui unsur elementer seni rupa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ilustrasi Liunic x H&M Kids karya Martcellia Liunic menciptakan karakteristik playful, ekspresif serta imajinatif yang diwujudkan melalui gaya gambar doodle dan desain cetak yang berani, elemen bernuansa natural, baik dalam bentuk objek figuratif maupun non-figuratif. Dunia fesyen menjadi lahan subur bagi tren ilustrasi, dimana ilustrasi memberikan identitas visual pada produk dan juga meningkatkan eksposur bagi penciptanya, serta membawa seni ke dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: analisis visual, fesyen, ilustrasi, intraestetik, martcellia liunic

Corresponding author.

Alamat E-mail: fifiesilmi@gmail.com

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



[10.33153/citrawira.v6i1.6862](https://doi.org/10.33153/citrawira.v6i1.6862)



<http://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/citrawira>



citrawira@isi-ska.ac.id

PENDAHULUAN

Pergerakan budaya seni visual berkembang dengan menciptakan suatu budaya di mana seni tidak lagi sekadar menjadi elemen pelengkap dalam kehidupan sehari-hari, namun menjadi bagian dari kehidupan itu sendiri. Salah satunya adalah Martcellia Liunic, seorang ilustrator yang aktif dalam mempublikasikan karyanya pada platform media sosial hingga membuat produk jenama seni (art label) nya sendiri, yaitu Liunic on Things. Karyanya terkenal dengan menampilkan gaya yang penuh warna, playful, imajinatif, terkadang bentuk abstrak, karakter perempuan, karakter hewan, dan juga kombinasi dari semuanya. Seni merupakan ekspresi dari seorang seniman, dimana terdapat ide serta gagasan juga pengalaman yang ingin disampaikan kepada audiens melalui berbagai medium yang menjadi ciri khas seniman tersebut. Menurut Malcom Barnard (2001), budaya visual adalah konsep yang inklusif, dalam arti mewadahi objek seni (arts) dan desain (design) sekaligus juga hal-hal yang berkaitan dengan personal atau terkait dengan fenomena visual, sehingga semua kategori fine art, desain dan juga fashion termasuk didalam inklusifitas tersebut (Ida, 2014).

Menurut Sofyan Salam pada bukunya yang berjudul "Seni Ilustrasi", ilustrasi mungkin disajikan dalam bentuk yang realistis ataupun imajinatif, seni ilustrasi selalu diniatkan sebagai gambaran grafis dan artistik dari sebuah subyek (Salam, 2017). Salah satu peran ilustrasi adalah sebagai dasar dalam mendesain produk maupun seni visual lainnya, menciptakan hubungan erat antara ilustrasi dan desain yang memungkinkan ilustrator untuk berperan sebagai desainer. Dalam perjalanannya seni ilustrasi berkembang bersama dunia fesyen, musik dan lainnya, menciptakan tren yang diterima masyarakat luas. Ilustrasi dalam fesyen biasanya diterapkan pada produk seperti kaos, tas dan produk lainnya, sehingga menjadi lahan subur bagi tren ilustrasi dalam memberikan identitas dan perbedaan dengan kompetitor sejenisnya, membuat sebuah produk lebih memiliki nilai sehingga meningkatkan ketertarikan konsumen.

Praktik ilustrasi dalam produk fesyen telah lama dan banyak dilakukan baik oleh jenama global maupun lokal, salah satunya oleh jenama H&M (Hennes & Mauritz AB) sebuah perusahaan ritel fesyen internasional berasal dari Swedia yang didirikan pada tahun 1947, dikenal dengan koleksi pakaian terkini untuk segala kalangan. H&M seringkali berkolaborasi dengan berbagai seniman, termasuk kolaborasinya dengan ilustrator dan seniman visual Indonesia Martcellia Liunic. Karya ilustrasi Liunic x H&M ini diciptakan untuk satu seri koleksi kategori anak-anak yang dibuat dengan ilustrasi digital yang kemudian di aplikasikan pada berbagai jenis material dalam kategori produk fesyen terutama berbagai jenis pakaian.

Fesyen tidak hanya berfungsi sebagai pakaian, tetapi juga menjadi medium seni visual yang estetis, memiliki daya tarik visual lebih kuat, sehingga membedakannya dari produk lain yang ada dipasaran. Pendekatan nilai intraestetik merupakan penilaian yang berfokus pada bentuk fisik, komposisi, dan kualitas estetik karya, sehingga fesyen dapat berfungsi tidak hanya sebagai pakaian, tetapi juga sebagai medium seni visual yang komunikatif dan ekspresif serta memiliki nilai makna simbol. Menurut Dr. Husen Hendriyana memasuki ranah kualitas terdapat dua lingkup dalam penilaian keindahan, yaitu intraestetik dan ekstraestetik. Intraestetik lebih banyak berkaitan dengan unsur-unsur nilai yang terindera, yang terdapat didalam sebuah karya itu sendiri, mencakup hubungannya dengan wujud dan bentuk, material bahan dan teknik perwujudan serta penyajian karya seni yang ditampilkan. Sebaliknya ekstraestetik lebih banyak berkaitan dengan unsur-unsur nilai yang tak terindera, seperti ide dan konsep yang disampaikan, termasuk wacana dan fenomena seni/ desain dalam ruang waktu tertentu (Hendriyana, 2019).

Selaras dengan Dr. Nooryan Bahari dalam bukunya yang berjudul Kritik seni: Wacana, apresiasi dan Kreasi (2017), dalam memahami karya seni rupa dengan segala aspeknya, baik faktor intraestetik maupun faktor ekstraestetik. Faktor ekstraestetik yaitu faktor di luar bentuk fisik karya seni, seperti faktor sosial, budaya, ekonomi, teknologi, religi, dan pendidikan (Yulianto, 2017). Sementara itu, faktor intraestetik yaitu faktor yang semata-mata memandang nilai estetik yang terkandung dalam bentuk fisik karya seni, seperti unsur struktur, bentuk, dan lain sebagainya (Bahari, 2017).

Artikel yang ditulis oleh Zaini, (2021) dengan judul "Analisis Karakteristik Gambar Ilustrasi Dwiky K.A Pada Poster Konser Musik Periode 2015-2020". Persamaan dari kedua penelitian ini adalah mengetahui proses penciptaan, wujud, dan karakteristik ilustrasi dengan teori unsur seni rupa sebagai acuan, mencakup teori bentuk, warna, dan komposisi. Sedangkan perbedaannya terletak pada medium objek penelitian, yaitu pada poster musik, sedangkan penelitian ini pada permukaan produk fesyen. Artikel yang dimuat di Jurnal Prabangkara, ditulis oleh (Putra, 2017) berjudul "Kajian Konsep, Estetik dan Makna pada Ilustrasi Rangda Karya Monez". Persamaan dari kedua penelitian ini terletak pada mengidentifikasi elemen visual pada sebuah objek ilustrasi. Perbedaannya adalah subjek seniman yang dikaji. Seniman Monez yang memiliki ciri khas pemikiran postmodern dengan memadukan unsur budaya yang kental berbeda dengan seniman pada penelitian ini yaitu Martcellia Liunic yang berkarakter ekspresif dan eksploratif kental dengan budaya populer (Yunus, 2020).

Selain pada penelitian tersebut, seniman Monez pun menjadi subjek penelitian yang ditulis oleh Made Arini Hanindharputri, A.A. Sagung Intan Pradnyanita (2023) berjudul “Analisa Unsur dan Makna Visual Dari Poster Light From The Sky Karya Monez” dimuat di Jurnal Nawala Visual. Unsur visual masih menjadi persamaan diantara kedua penelitian ini, namun perbedaannya ada pada rujukan pendekatan yang menjadi landasan penelitian. Pada penelitian tersebut melalui pendekatan Susi Hodge, sedangkan landasan pada penelitian ini menggunakan pendekatan studi nilai intraestetik. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian diatas terletak pada objek penelitian yaitu ilustrasi pada permukaan produk fesyen Liunic x H&M Kids karya Martcellia Liunic, dan juga dari segi analisis data yaitu menggunakan pendekatan studi literatur unsur penilaian intraestetik.

Menurut Bahari (2017), faktor intraestetik sering juga disebut dengan penilaian formalisme, dimana menempatkan unsur-unsur estetika sebagai aspek tinjauan utama dalam sebuah karya seni. Pemahaman mengenai nilai intraestetik dalam karya ilustrasi, khususnya melalui analisis elemen visual seperti titik, garis, bidang, warna, dan komposisi yang diaplikasikan pada produk fesyen ini sering terabaikan, dan tidak terbayangkan terdapat nilai unsur-unsur elementer seni rupa bahkan simbol pemaknaan. Secara etimologis, istilah "fashion" berasal dari bahasa Latin *factio*, yang berarti "membuat" atau "melakukan." Dalam buku Pengantar Fashion sebagai Komunikasi (Barnard, 2011), disebutkan bahwa pakaian memiliki fungsi komunikatif. Dalam era modern, Hasyim (2016) menjelaskan bahwa fungsi fashion tidak hanya terbatas pada melindungi tubuh dan memenuhi kebutuhan kesopanan, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang menyampaikan identitas pribadi, sosial, dan budaya dalam masyarakat (Rahmawati, 2020). Oleh karena itu, kolaborasi antara seni ilustrasi dengan industri fesyen menunjukkan bahwa bagaimana seni ilustrasi dapat berkontribusi pada produk komersial terutama fesyen untuk menciptakan identitas dalam bentuk visual, baik bagi pengguna maupun bagi seorang seniman penciptanya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut (Jaeni, 2012; Zaini, 2021). Penelitian kualitatif memiliki pemahaman yang luas, interpretif, posmodernis, feminis, dan kritis. Pemahaman kualitatif harus dibangun sedemikian rupa untuk menyatakan kebenaran secara ilmiah. Dan juga menurut Sugiyono (2022), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan menggambarkan dan menginterpretasi objek yang dianalisa sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara melakukan observasi yang difokuskan pada dokumentasi objek produk fesyen Liunic x H&M Kids melalui sumber daring. Studi literatur didapat dari

berbagai sumber berupa buku, artikel jurnal, dan sumber kepustakaan lainnya yang berkaitan dengan unsur nilai intraestetik.

Analisis data dengan merujuk pada teori nilai intraestetik, dimana unsur-unsur nilai yang terindra mencakup hubungannya dengan wujud, bentuk dan teknik perwujudan serta penyajian karya yang ditampilkan, melalui unsur-unsur elementer seni rupa seperti; titik, garis, bidang, dan warna, serta komposisi. Pada artikel ini, analisis dilakukan terhadap ilustrasi pada permukaan produk fesyen Liunic x H&M Kids karya Martcellia Liunic. Karya ini menjadi sangat menarik untuk dianalisis karena Martcellia Liunic merupakan seniman Indonesia pertama yang berkolaborasi dengan jenama global H&M. Produknya diperjual belikan di seluruh cabang gerai global H&M, dan produk ini diterima oleh pasar global, sehingga menarik perhatian masyarakat diluar Indonesia. Sehingga projek ini pun menjadi momentum Martcellia Liunic dikenal lebih luas lagi.

PEMBAHASAN

Liunic x H&M sebuah projek merayakan kreativitas anak-anak, merupakan salah satu karya kolaboratif Martcellia Liunic dengan jenama fesyen global H&M. Diluncurkan pada tahun 2022 di seluruh cabang global toko baik gerai ritel dan online H&M, mengusung konsep untuk menginspirasi kreativitas anak-anak agar merasa bebas dalam mengekspresikan diri. Kolaborasi ini menghasilkan koleksi dengan menghadirkan desain-desain playful, mencerminkan kegembiraan dan kreativitas ke dalam keseharian anak-anak. Dengan desain ilustrasi yang ceria, warna-warna cerah, dan nuansa warna yang segar, karya Martcellia Liunic memperkuat karakter identitas visual koleksi ini. Sumber inspirasi Martcellia Liunic berasal, dari berbagai elemen kehidupan sehari-hari, seperti alam, hewan, bentuk abstrak, dan karakter perempuan. Setiap produknya dibuat dari setidaknya 50% sustainably bahan ramah lingkungan, beberapa seperti menggunakan material Bananatex®, merupakan sebuah inovasi fabric yang sepenuhnya terbuat dari tanaman pisang, memberikan sentuhan ekologis pada koleksi ini (H&M, 2022).

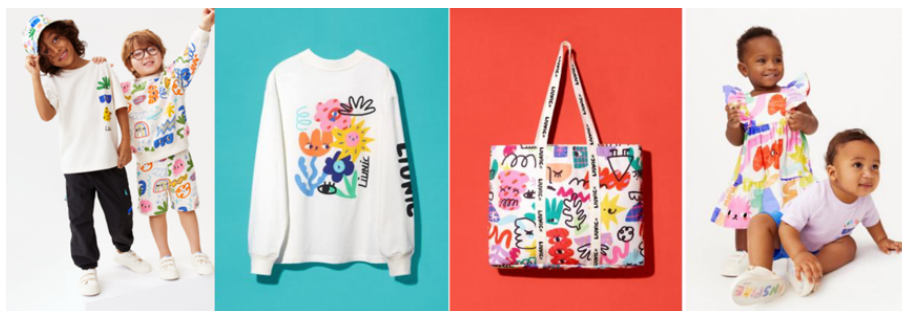
1. Visualisasi Ilustrasi Liunic x H&M Kids.

Ilustrasi menjadi bagian sisi kreatif Martcellia Liunic untuk menyampaikan sebuah cerita dan ekspresi yang mengandung emosi didalamnya, sehingga bagi Martcellia Liunic ilustrasi merupakan sesuatu yang sangat personal dan menjadi media yang terapeutik. Dalam menyampaikan ceritanya Martcellia ingin berkarya melalui medium yang tidak hanya untuk

orang-orang tertentu, melainkan untuk segmen masyarakat yang lebih luas, ingin membuat seni untuk semua orang, dan menurutnya medium wearable art atau fesyen yang pendekatannya paling pas, sehingga karyanya dapat dinikmati oleh masyarakat luas. Melalui proyek kolaborasi dengan H&M ini Martcellia seolah mendapatkan peluang untuk mengeksplorasi medium yang lebih besar lagi dalam memperluas tujuan berkaryanya.

Secara keseluruhan karya Martcellia Liunic banyak dipengaruhi oleh sisi inner child dalam dirinya, dimana semasa kecil kita bebas menuangkan imajinasi kita dengan spontan dan tanpa batas serta belum dipenuhi dengan keresahan realitas kehidupan masa dewasa, seperti salah satunya keresahan Martcellia yaitu dengan kondisi kota Jakarta yang ia tinggali. Dimana selalu ditemui kemacetan, transportasi umum yang buruk, serta langit yang penuh polusi dan jarang terlihat biru, sangat membuat resah dan tidak menarik, maka dari itu Martcellia Liunic ingin menciptakan daya tariknya sendiri, seperti dengan menggunakan begitu banyak warna serta karakter yang cenderung “cute” dan naif, menentang refleksi kehidupan yang terkadang sudah cukup meresahkan. Martcellia ingin menyampaikan hal-hal yang sederhana tapi overlooked, membuat karya yang mampu membuat orang-orang yang melihatnya tersenyum tanpa harus memikirkannya dengan rumit.

Ciri khas gaya nya tersebut yang juga menjadi daya tarik pada ilustrasi Liunic x H&M Kids ini. Martcellia Liunic dengan karakternya menampilkan ilustrasi sederhana representasi bentuk organik seperti, tumbuhan, bunga, hewan, dan bentuk elemen grafis abstrak makhluk imajinatif. Bentuk-bentuk ilustrasi tersebut di aplikasikan ke berbagai jenis pakaian, seperti kaos, tank top, sweatshirt, hoodie, celana pendek, rok, gaun, hingga jogger, aksesoris, seperti kacamata, topi bucket, topi baseball, tas, kaus kaki, serta sepatu. Rangkaian koleksi produk fesyen tersebut di dominasi dengan komposisi pola bidang yang padat dengan kombinasi palet warna yang cerah dan kontras, keseimbangan antara elemen yang mencolok dan lembut menciptakan nuansa yang energik dan menyenangkan. Diantaranya seperti pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Beberapa artikel produk fesyen koleksi Liunic x H&M Kids
(Sumber: <https://www2.hm.com/>.2022)

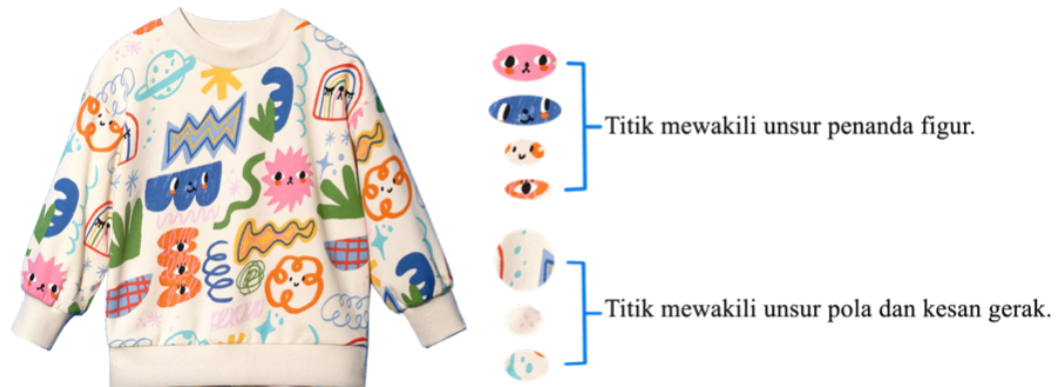
Dalam koleksi tersebut sangat mempertahankan ciri khas gaya ilustrasi dari Martcellia Liunic itu sendiri, yaitu gaya ilustrasi doodle, yakni gambar atau coretan yang sering dibuat secara spontan dan sederhana. Karakteristik utama desain dalam koleksi ini meliputi elemen garis tebal yang dinamis, ukuran kontras besar, serta penggunaan warna-warna mencolok. Walaupun diaplikasikan pada berbagai jenis produk fesyen, koleksi Liunic x H&M Kids ini menciptakan harmoni visual yang konsisten serta memiliki identitas artistik visual yang khas. Pola-pola bentuk yang cenderung melengkung dan bebas menciptakan kesan fluiditas. Selain itu koleksi ini juga di dominasi dengan berbagai bentuk organik seperti alam, tumbuhan, hewan, serta bidang abstrak yang dikombinasikan dengan ekspresi raut wajah manusia, untuk menciptakan nuansa visual yang ekspresif dan imajinatif.

2. Analisis Nilai Intraestetik pada Ilustrasi Liunic x H&M Kids.

Secara sederhana, bentuk merupakan suatu yang tersusun dari unsur-unsur seni. Unsur-unsur tersebut kemudian saling berhubungan satu sama lain. Masing-masing unsur memiliki sikap tertentu terhadap unsur yang lain, seperti sebuah garis mengandung warna dan juga memiliki gaya garis yang utuh, yang terputus-putus dan memiliki tekstur dan bentuk. Dari unsur-unsur tersebut dapat kita amati mengenai jenis serta karakternya sehingga menjadi karya seni yang artistik dan estetik, yang kemudian dapat menimbulkan persepsi yang merangsang (Muhaemin, 2022), memberi sugesti, dan memperkaya imajinasi orang yang melihatnya (Kusriyanto, 2007). Untuk menganalisis nuansa visual ekspresif dan imajinatif pada bentuk ilustrasi Liunic x H&M karya Martcellia, dapat dilihat dari unsur-unsur bentuk yang mengorganisasikannya. Dalam Putra (2017) Sadjiman (2009: 93), mengungkapkan bentuk adalah wujud, rupa, bangun atau gambaran tentang apa saja yang ada di alam termasuk karya seni atau desain yang dapat disederhanakan menjadi: titik, garis, bidang, dan warna. Analisis terhadap unsur elemen seni rupa dalam ilustrasi Liunic x H&M Kids, pada permukaan ragam produk berikut ini:

a. Titik

Dalam Hendriyana (2019), bentuk sederhana dari suatu benda adalah titik, yang merupakan komponen terkecil yang tidak memiliki panjang dan lebar, namun membentuk ruang. Ketika titik bergerak, ia membentuk garis. Jika garis bersilang, dan bertemu di sudut-sudut akan membentuk bidang. Jika bidang ini bergerak ke arah lain, membentuk jarak dan besaran. Untuk lebih mengenali karakter dan peran titik dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Analisis unsur titik pada ilustrasi Liunic x H&M di atas permukaan produk pakaian

(Sumber: <https://www2.hm.com/>. 2022)

Pada Gambar 2 tersebut, titik terlihat dalam elemen kecil bulatan warna-warni yang tersebar pada permukaan pakaian. Unsur titik tidak hanya berbentuk lingkaran tetapi juga berperan sebagai aksesoris kecil untuk melengkapi detail grafis, seperti pada bagian mata dalam elemen bidang berbentuk wajah atau bulatan dekoratif lainnya yang memberikan kesan fluiditas, dimana titik tersebut sebagai pendukung kesan bergerak terhadap bentuk lain yang ada di dekatnya, sehingga dapat menimbulkan kesan yang dinamis serta ekspresif.

b. Garis

Garis memiliki peranan sebagai lambang untuk menggambarkan sesuatu secara representatif serta merupakan simbol ekspresi (Kartika, 2017). Dalam Hendriyana (2019: 55-56), Terdapat dua kategori garis, yaitu garis formal dan garis non-formal. Garis formal adalah garis dengan karakter beraturan, resmi, lurus dan geometris. Sebaliknya, garis non-formal adalah garis yang bersifat tak beraturan, tak resmi, acak, dan organik. Alam telah memberikan pengalaman, bagaimana garis dapat memberikan karakter, kesan, nada atau irama, dan dimensi yang artistik. Peranan garis sangat penting dalam proses perwujudan bentuk, karena garis sangat menentukan kualitas ekspresi seorang seniman yang nampak pada sapuan-sapuan atau dalam pemberian kesan tertentu pada objek ciptaannya (Putra, 2017). Seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Analisis unsur garis pada ilustrasi Liunic x H&M di atas permukaan produk tas

(Sumber: <https://www2.hm.com/>.2022)

Pada gambar 3 tersebut dapat diamati ilustrasi Liunic x H&M karya Martcellia Liunic, terlihat adanya garis non-formal digunakan untuk menyusun bidang-bidang berbentuk figur alam yang sudah disederhanakan (simplifikasi), dimana didominasi oleh garis yang organik sebagaimana adopsi dari gaya gambar doodle. Contohnya, seperti: garis lengkung membentuk elemen seperti daun, pohon atau bentuk abstrak lainnya memberikan kesan organik dan natural. Adapun bentuk geometris segitiga menggunakan garis tegas namun bebas. Selain itu, terdapat juga gabungan garis-garis yang diorganisasikan membentuk representasi imej “Mata”, dimana memberikan simbol jiwa terhadap bentuk abstrak menciptakan kesan hidup dan ekspresif. Garis gelombang spiral yang mempunyai peran seperti hembusan angin atau air yang mengalir menimbulkan kesan gerak dinamis, terlihat hidup dan ceria memperkuat tema keseluruhan koleksi, menciptakan ritme visual yang *playful* dan penuh imajinasi.

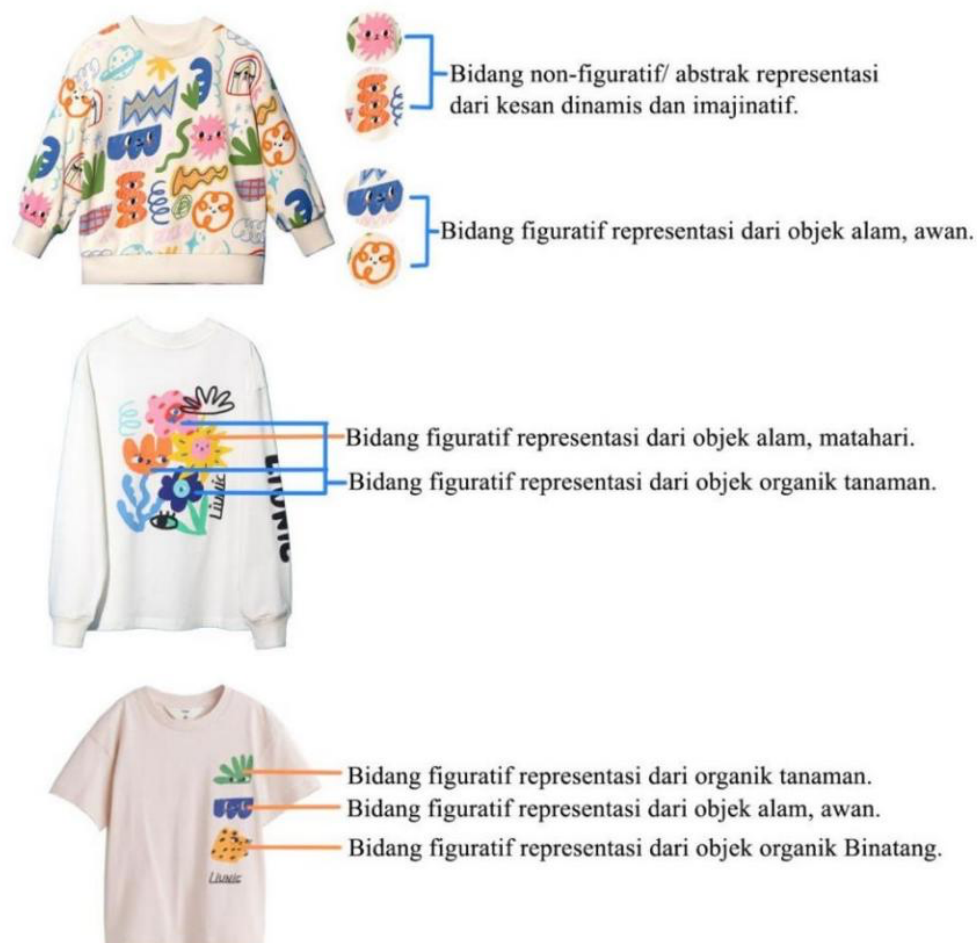
c. Bidang

Dalam Hendriyana (2019), bidang merupakan unsur yang bisa memberi kesan estetik yang berbeda-beda. Sebuah bidang mempunyai panjang dan lebar, memiliki kedudukan, arah, serta dibatasi oleh garis. Secara inspiratif, bidang dapat dibentuk melalui imajinasi figur hewan atau tumbuhan dengan memberi garis sebagai batas limit terluar dari bidang yang dimaksud. Bidang dapat mengalami beberapa perubahan di dalam penyajiannya sesuai dengan gaya dan cara mengungkapkan secara pribadi seorang seniman. Menurut Dr. Nooryan Bahari, secara umum bidang dikenal dalam dua jenis, yaitu bidang geometris, seperti lingkaran atau bulatan, segi empat, segitiga

dan lainnya, sementara bidang organis dengan bentuk bebas yang terdiri dari aneka macam bentuk yang tidak terbatas.

Dalam mengolah bentuk menurut Kartika (2017: 38-39), terdapat dua pembagian bidang: bidang figuratif, yaitu menyerupai wujud alam dan non-figuratif yang tidak sama sekali menyerupai wujud alam. Keduanya dapat terjadi sesuai kemampuan seniman dalam mengolah objek. Didalam sebuah karya seni, bidang digunakan sebagai simbol perasaan seniman didalam menggambarkan objek hasil subject matter. Subject Matter merupakan rangsang cipta yang ditimbulkan oleh objek sebagai stimulus seniman dalam usahanya untuk menciptakan bentuk yang dapat memberikan konsumsi batin manusia secara utuh, dan perasaan keindahan yang di dapat dari harmoni bentuk serta mampu merasakan melalui sensivitasnya (Kartika, 2017).

Dalam Putra (2017), Djelantik (2008: 23), menyebutkan bahwa bidang merupakan unsur yang bisa memberi kesan estetik yang berbeda-beda. Karakteristik representasi dari hasil subject matter Martcellia Liunic dapat diamati pada Gambar 4 berikut ini:



Gambar 4. Analisis unsur bidang pada ilustrasi Liunic x H&M.
(Sumber: <https://www2.hm.com/>. 2022)

Ilustrasi pada permukaan produk pakaian gambar 4 tersebut didominasi oleh bentuk-bentuk bidang figuratif, yang merepresentasikan objek organik nyata yang dapat dikenali dalam kehidupan sehari-hari, seperti yang ditemukan dalam ilustrasi Liunic x H&M Kids, yaitu: tumbuhan dan binatang, juga objek alam matahari dan awan. Adapun bidang non-figuratif organis atau abstrak merupakan representasi dari imajinasi yang tampak spontan menambah kesan visual yang ekspresif, imajinatif dan playful (Rosmiati, 2024). Kesan imajinatif ini semakin terasa dengan adanya raut wajah yang terorganisasi dari kombinasi unsur titik, unsur garis dan unsur bidang dengan cara sederhana menjadi bentuk mata, hidung dan mulut, berbaur bersama bidang objek lainnya baik figuratif dan organik, maupun non-figuratif organis atau bentuk bidang abstrak.

d. Warna

Warna merupakan medium yang cukup penting, peran warna sendiri memiliki cakupan beberapa hal yaitu peran warna sebagai pembeda, peran warna sebagai representasi alam, peran warna sebagai simbol (Abror et al., 2021). Dalam seni rupa dan desain, warna memiliki peran yang lebih terfokus pada pencitraan atau pembentukan imej (Febriani, 2019). Menurut David Hicks, sebagaimana dikutip oleh Tina Sutton dan Bride M. Whelan (2004:7), warna memiliki kemampuan untuk memberikan nilai tambah dalam kehidupan manusia (Laksani & Pandanwangi, 2023) yang melebihi elemen lainnya. Oleh karena itu, penguasaan terhadap komposisi warna, tujuan, kualitas, bentuk, serta penghayatannya bersifat mutlak. Warna memiliki keterkaitan erat dengan bentuk, sehingga keduanya saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan. Bentuk memerlukan warna, dan warna juga membutuhkan bentuk (Hendriyana, 2019, p. 111). Komposisi warna yang diterapkan pada ilustrasi permukaan produk fesyen yang juga ditampilkan pada dekorasi etalase gerai H&M, dapat diamati pada gambar berikut:



Gambar 5. Dekorasi etalase gerai
(Sumber: <https://www.liunic.com/> . 2024)

Dalam gambar 5, ilustrasi Liunic x H&M karya Martcellia Liunic terlihat palet warna seperti hijau, pink, biru, kuning, ungu, hitam, dan putih. Menurut Sofyan Salam, dkk (2020) warna merupakan unsur peran penting dalam ilustrasi. Warna-warna tersebut memiliki dasar orientasi imaji, karakter, dan simbolisasi, berikut diantaranya:

Tabel 1. Analisis Unsur Warna Berdasarkan Imaji, Karakter, dan Simbolisasi Pada Ilustrasi Liunic x H&M

Warna	Imaji, Karakter, dan Simbolisasi
Hijau	Daun, rumput, serta tumbuhan lainnya. Memiliki karakter sesuatu yang hidup, segar dan energik.
Merah dan Pink	Bunga. Memiliki karakter kuat, energik, dan semangat.
Biru	Langit dan juga laut. Memiliki karakter cerah, kesan tinggi dan luas.
Kuning dan Oran	Matahari. Memiliki karakter yang hangat, bercahaya, kuat, cerah serta riang gembira.
Ungu	Melambangkan keeksotisan serta pencerahan.
Putih	Pencampuran semua warna cahaya. Memiliki karakter bersih, cerah, melambangkan cahaya dan kesederhanaan.
Hitam	Walaupun terkesan gelap, namun warna hitam memiliki karakter tegas dan mendalam.

Pada Tabel 1 dapat diamati analisis dari warna-warna yang diterapkan dalam ilustrasi pada permukaan produk Liunic x H&M Kids. Dengan menggunakan warna-warna cerah dan segar menghadirkan kesan yang menyenangkan serta ekspresif. Dalam penerapannya warna yang digunakan disesuaikan dengan objek figuratif representasi objek secara nyata, seperti warna hijau untuk objek tanaman, merah serta turunannya untuk objek bunga, biru untuk objek awan, kuning untuk objek matahari. Untuk objek-objek non-figuratif dan juga non-formal menggunakan warna sebagai simbol yang menciptakan suasana ceria, serta energik.

e. Komposisi

Secara keseluruhan struktur komposisi pada ilustrasi rangkaian koleksi Liunic x H&M Kids ini memiliki pola abstrak yang mendominasi permukaan produk. Pengorganisasian elemen-elemen visual antara titik, garis, bidang dan warna, disusun secara acak tetapi tetap terlihat terorganisir. Hal ini menciptakan kesan ramai namun harmonis, dimana dalam konteks desain pada produk ini merujuk pada bagaimana elemen-elemen visual yang diorganisasikan dapat menciptakan keseimbangan antara ketidak-beraturan dan menyatu. Komposisi dari unsur-unsur elementer seni rupa dapat diamati pada beberapa artikel produk berikut:



Gambar 6. Komposisi unsur elementer pada ilustrasi Liunic x H&M di atas permukaan produk fesyen

(Sumber: <https://www.liunic.com/>. 2024)

Kesan ramai atau tidak beraturan dapat terlihat dari:

- Kepadatan pola (Full Pattern):** Permukaan produk dipenuhi oleh ilustrasi berbagai elemen visual, sehingga terlihat ramai dan acak.
- Keberagaman elemen:** Pola-pola abstrak yang digunakan beragam, mulai dari bentuk bidang figuratif (bunga, matahari, dan lainnya) hingga bidang non-figuratif (gelombang, zigzag, dan lainnya). Hal ini memberikan kesan bahwa desainnya tidak teratur atau acak.
- Komposisi asimetris:** Elemen-elemen tidak diatur secara simetris atau seragam, melainkan tampak ditempatkan secara spontan.

Kesan harmonis dapat terlihat dari:

- Pengulangan pola (Repeated Pattern):** Meskipun terlihat ramai, pola-pola diulang dalam berbagai posisi dan ukuran. Repetisi ini menciptakan irama visual yang menyatukan seluruh elemen dalam satu kesatuan desain.
- Kohesi pola warna:** Penggunaan palet warna cerah yang senada membuat desain komposisi tetap terorganisir dengan selaras, meskipun banyak elemen berbeda.
- Keseimbangan visual:** Elemen-elemen visual diletakkan sedemikian rupa sehingga tidak ada bagian desain yang terlihat lebih berat atau kosong, menjaga keseimbangan keseluruhan.

3. Analisis Makna pada Bentuk Ilustrasi Liunic x H&M

Pada dasarnya bentuk (form) adalah totalitas dari pada karya seni, yang merupakan organisasi satu kesatuan komposisi unsur-unsur pendukung karya. Terdapat dua macam bentuk: visual form, yaitu bentuk fisik dari unsur-unsur pendukung karya seni tersebut (Rams, 2016). Kedua special form, yaitu bentuk yang tercipta karena adanya hubungan timbal balik antara nilai-nilai fenomena bentuk fisiknya terhadap tanggapan kesadaran emosional. Bentuk fisik sebagai kongkritisasi dari subject matter dan susunan dari kesan hasil representasi yang terorganisir dari proses imajinasi, maka dihasilkan bobot dari sebuah karya seni atau juga disebut makna (Kartika, 2017, pp. 27-28).

Berdasarkan penilaian intraestetik melalui unsur elementer seni rupa: titik, garis, bidang, dan warna, serta komposisi, secara visual yang dituangkan melalui representasi simbol bentuk, keseluruhan koleksi produk fesyen Liunic x H&M ini menghadirkan kesan yang playful, ekspresif dan imajinatif. Dengan menggunakan gaya gambar doodling yang sederhana, representasi dari subject matter berdasarkan adanya pengolahan objek dalam ide serta pengalaman (Nurwahidah, 2023). Seperti tumbuhan juga alam menjadi objek figuratif yang sederhana, simplifikasi dari bentuk sebenarnya. Selain objek figuratif, ada pula permainan bentuk objek non-figuratif yang diolah melalui garis dan bidang non-formal menciptakan kesan yang dinamis. Baik objek figuratif maupun non-figuratif dipadukan dengan ekspresi emosi atau raut wajah, membuat kesan imaji bahwa semua objek merupakan makhluk hidup yang bernyawa, bergerak dan bertumbuh. Objek-objek tersebut dikomposisikan dengan susunan pola berulang yang tidak beraturan dan memenuhi permukaan produk, dengan permainan ukuran objek yang besar, membuat desain dari koleksi produk fesyen H&M Kids ini semakin ekspresif serta mencolok sehingga menarik perhatian, dengan menggunakan warna-warna cerah dan segar menghadirkan kesan yang menyenangkan. Ilustrasi ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika tetapi juga sebagai medium untuk menyampaikan pesan tentang kebebasan berekspresi dan kreativitas serta membawa kegembiraan dalam kehidupan keseharian anak-anak.

KESIMPULAN

Hasil analisis visual berdasarkan elementer seni rupa karya kolaborasi ilustrasi Liunic x H&M Kids ini melalui ciri khas gaya doodle Martcellia Liunic yang sederhana, menciptakan kesan ekspresif dan imajinatif, serta menciptakan kesan playful yang sesuai dengan target pasar anak-anak. Desain komposisi unsur-unsur seni rupa: titik, garis, bidang, dan warna tersebut menciptakan kesan ramai dan tidak beraturan melalui kepadatan pola yang memenuhi

permukaan, keberagaman elemen visual dari figuratif hingga non-figuratif, serta komposisi asimetris yang tampak spontan. Namun, kesan harmonis tetap terjaga melalui pengulangan pola yang menciptakan irama visual, palet warna cerah yang kohesif, dan penempatan elemen yang menjaga keseimbangan visual sehingga desain terlihat terorganisir meskipun penuh dengan berbagai elemen. Kolaborasi ini menjadi contoh nyata bagaimana seni ilustrasi dapat menyatu sekaligus merespons tantangan industri modern melalui kreativitas tanpa batas, memberikan nilai tambah pada produk fesyen terutama dalam menciptakan identitas visual, baik bagi pengguna maupun bagi penciptanya. Fesyen yang bersifat fungsional dapat menjadi medium pembawa seni ke dalam kehidupan sehari-hari dengan cara yang lebih bermakna.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahari, N. (2017). *Kritik Seni: Wacana, Apresiasi, dan Kreasi*. Pustaka Pelajar.
- Febriani, S. R. (2019). Strategi Public Relations dalam Membangun Personal Branding Seniman Visual (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Public Relations dalam Membangun Personal Branding Muklay Sebagai Seniman Visual). *Komunikologi*, 104–111.
- Hasyim, M. (2016). Fashion Sebagai Komunikasi: Analisis Semiotis Atas Fashion Jokowi Pada Pemilihan Presiden 2014. *International Conference on Multidisciplinary Research (ICMR 2016)*.
- Hendriyana, H. (2019). *Rupa Dasar Nirmana: Asas dan Prinsip Dasar Seni Visual*. Penerbit Andi.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Prenada Media Group.
- Jaeni. (2012). Komunikasi Estetik dalam Seni Pertunjukan Teater Rakyat Sandiwara Cirebon. *Jurnal ISBI*, 160–168.
- Kartika, D. S. (2017). *Seni Rupa Modern*. Rekayasa Sains.
- Kusriyanto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi.
- Laksani, H., & Pandanwangi, B. (2023). Analisis Semiotika pada Iklan dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Inggris Prodi Desain Komunikasi Visual. 6(2), 944–956. <http://aksa.stsrdvisi.ac.id>
- Muhaemin, P. P. (2022). Semiotika dalam Metode Analisis Karya Seni Rupa. *Sasak : Desain Komunikasi Visual Dan Komunikasi*, 29–36.
- Nurwahidah, M. A. (2023). Estetika Karya Seni Ilustrasi Doodle Art Kota Makassar. *Harmoni*, 154–174.
- Putra, G. B. S. (2017). Kajian Konsep, Estetik dan Makna pada Ilustrasi Rangda Karya Monez. *Prabangkara*, 68–79.

- Rahmawati, N. M. (2020). Fashion Sebagai Komunikasi: Analisa Semiotika Roland Barthes Pada Fashion Agus Harimurti Yudhoyono (AHY): dalam Pemilihan Gubernur Jakarta. *Kredo*, 36–47.
- Rams, I. C. (2016). Bringing Life to Illustration and Illustrating the World in Movement through Visual Literacy. Vi International Conference on Illustration and Animation. *IPCA*, 505–509.
- Rosmiati, R. U. (2024). Analisis Visual Representasi Identitas Budaya Lokal Pada Ilustrasi Karya Renata Owen. *Citrawira*, 47–75.
- Salam, S. (2017). *Seni Ilustrasi*. Badan Penerbit UNM.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Yulianto. (2017). Estetika Seni Lukis Karya Koeboe Sarawan. *Gelar*, 168–181.
- Yunus, P. P. (2020). Komunikasi Ekspresif Estetik Karya Seni. *JCommsci*, 70–77.
- Zaini, I. W. (2021). Analisis Karakteristik Gambar Ilustrasi Dwiky K.A Pada Poster Konser Musik Periode 2015-2020. *Jurnal Seni Rupa*, 38–52.

Internet

- H&M. (2022, Februari 16). *H&M*. Diambil kembali dari youtube.com: https://www.youtube.com/watch?v=201uIeh3vUU&ab_channel=H%26M
- H&M. (2022, Maret 17). *Inside H&M*. Diambil kembali dari Hm.com: https://www2.hm.com/en_gb/life/culture/inside-h-m/liunic-hm-collab.html?srsId=AfmBOoo8D2EkyTx-DH19ITutZLidqnpchVoWHhnr3tVR7ZDyp9V8_raJ
- Liunic. (t.thn.). Diambil kembali dari instagram.com: <https://www.instagram.com/liunic/>
- Liunic. (t.thn.). *About*. Diambil kembali dari Liunic.com: <https://www.liunic.com/about-3>
- Liunic. (t.thn.). *works*. Diambil kembali dari liunic.com: <https://www.liunic.com/new-gallery-34>