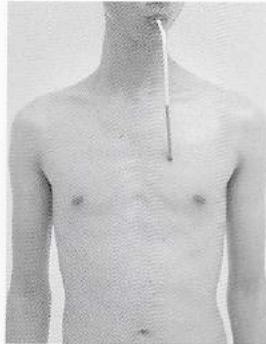


**KARBON**

Jurnal seni rupa / Art Journal

Tigabelasan

Terbitan. 07 - 01 / 2006



'O', Irwan Ahmett, 150 dpt, art paper 160 gr, 60 x 34 cm, 2001

# KARBON

Jurnal enam bulanan merisalahkan seni rupa, Karbon, diterbitkan oleh ruangrupa, organisasi nirlaba yang bergerak mengupayakan pertumbuhan kemajuan menggagaskan soal-soal seni rupa dalam lingkup luas kebudayaan melalui pengkajian ilmu-ilmu seni, telaah dan pendokumentasiannya serta kerja-sama diantara seniman dan cipta kreatifnya.  
Karbon, a six-monthly art journal, is published by ruangrupa, a non-profit organization which focuses to support the development of art in the cultural context through research, study and documentation, along with intensive cooperation with the artists.

ruangrupa didirikan di Jakarta, January 2000 oleh ruangrupa founded in Jakarta, January 2000 by: Ade Darmawan, Hafiz, Lilia Nursita, Oky Arfie Hutabarat, Rithni & Ronny Agustinus

**Editor** Ardi Yunanto, Andang Kelana, Lola Kandina, Agung Hujatnikajenong

**Terjemahan Translation** Che Kyongfa, Agung Hujatnikajenong, Rani Ambyo, Farah Wardani.

**Editor Terjemahan Translation Editor** Che Kyongfa, Agung Hujatnikajenong, Dimas Jayasrama

**Desain Grafis Graphic Design** Ardi Yunanto

**Photography & Images** Irwan Ahmett, Indra Ameng, Ardi Yunanto, The Jadugar, Antarksa, Hikmat Darmawan, ruangrupa

**Sampul Cover** Irwan Ahmett

**Distribusi Distribution** Andang Kelana

**Penerbit Publisher** ruangrupa

**Terima Kasih untuk** Thanks to Farah Wardani, Rifky Effendy, Alex Suparlono, Gustaff H. Iskandar (Bandung Center for New Media Arts), Nuraeni Juliastuti (Kunci Cultural Studies Center, Yogyakarta), Pam (ToBuG!l, Bandung), Ika Vantiani (Peniti Pink, Jakarta), Wendy 'Wenzrawk' Putranto, Irwan Ahmett, Kristin Tjahjono, Yudhi Surjoatmodjo, Antarksa (Kunci Cultural Studies Center, Yogyakarta), Hikmat Darmawan, Bambang 'Toko' Wicaksono, Uwi Mathovani, Platon Theodoris, The Jadugar (Anggun Priambodo, Henry Foundation & Nana Eliana), Ade Darmawan, Hafiz, Ugeng T. Moetdijo, Lisabona Rachman, Marco Kusumawijaya, Dimas Jayasrama, Indra Ameng, Lulu Ratna, Katinka van Heeren, M. Ronny Nabawi & Sedy.

ruangrupa adalah bagian dari RAIN Artists' Initiative Network.

Jurnal ini terbentuk atas kerjasama dan dukungan RAIN dan Kementerian Luar Negeri Belanda

ruangrupa is a part of RAIN Artists' Initiative Network.

This journal is published through the cooperation and support of RAIN and Dutch Ministry of Foreign Affairs



**ruangrupa**

Jl. Tebet Barat Dalam IX A, No. B1 Komplek Kejaksaan, Jakarta Selatan 12810, Indonesia. Phone / Fax: +62 21 8300211  
e-mail: karbon@ruangrupa.org / info@ruangrupa.org website: www.ruangrupa.org

**Karbon - Tigabelasan**  
**No. 7 - 01 / 2006**

Tigabelasan adalah program diskusi yang diadakan setiap tanggal 13 oleh ruangrupa. Dimulai sejak tahun 2003 hingga kini, Tigabelasan mendiskusikan budaya visual dalam budaya urban, dan bagaimana keduanya sangat mempengaruhi perkembangan kesenian baik secara langsung atau tidak langsung.

Tigabelasan is a discussion program held on 13th each month. Since the beginning in 2003 till now, Tigabelasan has discussed visual culture in the context of urban culture and environment, and how both influenced the development of art, both directly and indirectly.

**PERPUSTAKAAN  
ART COLLECTIVE COMPOUND**

## **Sebuah kemungkinan: diskusi tanpa kejadian**

### **A probability: discussions without events**

---

Membaca seluruh berkas-berkas diskusi ini, saya mencatat satu pertanyaan untuk diri saya sendiri: adakah kriteria tertentu hingga suatu hal atau fenomena layak untuk didiskusikan? Akankah sebuah diskusi kemudian selalu bergantung pada kejadian, menunggu aksi-aksi tersebut bergerak terlalu liar dan berubah dari semangat awalnya?

Diskusi Tigabelasan sebagai program reguler ruangrupa selama ini, tentu saja tak luput dari dilema itu: menjadi reaksioner, penunggu yang pasif, atau sang Nostradamus? Dan akankah sebuah berkas-berkas tertulis (seperti yang akan anda baca setelah ini) tersebut mampu menjadi referensi terhadap sekian perubahan yang telah terjadi, atau mungkin, terhadap tidak adanya perubahan apapun? Walau tidak termasuk dalam kumpulan diskusi Tigabelasan ini, wacana ruang publik dalam konteks kesenian adalah salah satu wacana yang tidak berkembang selama lima tahun terakhir. Atau dalam kasus sebaliknya, bagaimana kemudian wacana urban tiba-tiba berkembang menjadi wacana besar kesenian kontemporer tanpa melihat kontekstualitas masing-masing kota, atau sekedar memaklumi bahwa sedikit seniman kita yang memahami konteks urban secara konseptual, terlebih artistik?

Apa yang diutarakan oleh Hikmat Darmawan setelah ini, dalam diskusi tentang perkembangan dan sejarah komik Indonesia (halaman 46-61, 2003), jejaknya dapat kita lihat dari komunitas komik yang dibentuk olehnya pada tahun ini, dimana kita akan menunggu perkembangan selanjutnya dengan konteks yang berbeda. Salah satu perubahan lainnya dapat kita lihat pada fenomena video musik. Apa yang diutarakan oleh nara sumber kami, Platoon Theodoris dan The Jadugar, sama sekali berbeda saat ini. MTV tidak lagi sepadat dulu karena Global TV kini mandiri, banyak band-band independen yang bubar, dan

Reading all the discussion files, I note aside a question for myself: Are there certain criteria that make a thing or phenomenon deserve to be discussed? Will a discussion then ultimately depend on an event, waiting for the actions to move ever wilder and further away from their initial spirit?

Diskusi Tigabelasan as a discussion regular program of ruangrupa so far can naturally not evade such dilemma: will we simply react, will we wait in passive, or will we become the prophet Nostradamus? And will such written files (such as the ones you are going to read after this essay) be able to become a reference point for all the changes that have taken place, or, perhaps, for the inexistence of changes? Although not included in this Diskusi Tigabelasan collection, the matter of public space in the art context is one of the discourses that have not developed during these last five years. On the other hand, we can perhaps discern how the urban discourse suddenly develops into a grand discourse in the contemporary art practices, giving nary a thought to the specific context of each city, or we can simply understand how there are only a small number of our Indonesian artists who have a strong grasp of the urban context, conceptually and artistically.

The traces of what Hikmat Darmawan states here in this collection, in the discussion about the development and history of the Indonesian comic (page 46-61, 2003), can be seen in the comic community he created in 2005, and we await the next stage of the development, with a different context. Another change can be observed in the phenomenon of the music video. What our sources Platoon Theodoris and The Jadugar have described is completely different from the situation of today. MTV is not as jam-packed as they were then, because Global TV is now autonomous, many independent bands have broken apart, and

demam video musik hanya menyisakan sedikit orang yang tetap serius di bidangnya. Sesuatu yang kini bergerak dalam bentuk yang baru dan sama sekali berbeda dengan semangat awal gagasannya.

Hingga, benarkah suatu hal didiskusikan karena faktor urgensiya terhadap zaman, atau hanya karena hal itu eksotis pada masanya? Akankah suatu hal akan tetap dibicarakan ketika perubahan itu sudah membuat kita menjadi begitu terbiasa? Keterbiasaan menjadi pemakluman, dan pemakluman membentuk ketidakpedulian. Beberapa diskusi menjadi permasalahan abadi, seperti fenomena ruang publik dan konteks keseniannya. Beberapa hal mudah diprediksi untuk segera hilang, seperti eksotisme urban dalam wacana seni rupa kontemporer. Atau, akankah seni kontemporer Indonesia masih relevan nilainya ketika penyebarannya secara internasional telah tersaji sedemikian masif, dan dengan sendirinya kemudian kehilangan nilai eksotisnya? Perubahan-perubahan ini selalu terus memaksa kita — seandainya daya ingat dan daya kritis itu masih ada — untuk selalu menyesuaikan sudut pandang dan konteks masanya demi sebuah diskusi yang tak terus menerus berakhir sebagai permasalahan abadi. Walau saat ini tak semudah itu mengenali apa yang saling berebut pengaruh di antaranya, melihat bahwa kebutuhan kini dapat begitu mudah diciptakan, hingga keterbiasaan menjadikan kita lupa untuk mengingat.

Ardi Yunanto

Jakarta, akhir tahun 2005

end of 2005

the video music fever leaves only a few people seriously working in their chosen field. The music video phenomenon today operates in an entirely new form and with a zest that is totally different from the initial spirit.

Is it true that something is discussed because of its urgency, or merely due to its exotic feel at the time? Will something be continuously talked about when the arising changes have accustomed us to it? Custom creates comprehension, and in turn gives rise to ignorance. Several discussion topics become never-ending problems—such as the phenomenon of the public space and its art context. Some more are easily disappearing—such as the urban exoticism in the contemporary art discourse. Or will the Indonesian contemporary art stay relevant, when it has been internationally dispersed in a massive way, and therefore loses its exotic value? Such changes eternally force us—should our memory and critical capacity remain in existence—to adapt our point of views and renew our understanding about the temporal context, in order to have discussions that will not invariably end up as never-ending problems. This remains true today, even though it is now becoming more difficult to discern the forces competing for clout, as needs are now so easily created and, as we are accustomed to the changes, we forget to remember.

# tigabelasan: apresiasi dan kritik seni rupa art critic and appreciation

ruangrupa, Jakarta, 13 Agustus 2003

**Pembicara Speaker** Rifky Effendy (kritikus & kurator seni rupa / art critic & curator)

**Penanggap Responder** Alex Supartono (kritikus & kurator / art critic & curator)

**Moderator** Farah Wardani (kritikus & kurator seni rupa / art critic & curator)

**Bersama Along With** Ade Darmawan, (seniman, pimpinan ruangrupa / artist, director of ruangrupa),  
Lisabona Rachman (penulis / writer), Marco Kusumawijaya (arsitek perkotaan / urban architect)

Editor: Ardi Yunanto, Andang Kelana

Terjemahan / translation: Farah Wardani

Editor terjemahan / translation editor: Che Kyongfa, Dimas Jayasrama

**Rifky Effendy:** Jadi sepanjang tahun ini, publik seni rupa kontemporer di Indonesia, pulau Jawa khususnya, tengah dikejutkan oleh banyak peristiwa berskala cukup besar, baik ukuran, keorganisasian, jangkauan maupun pesertanya. Kita baru saja menyaksikan sebuah festival video internasional (OK Video-Jakarta Video Art Festival 2003) pertama yang menurut saya terbesar di wilayah Asia Tenggara sebagai festival khusus mengenai video. Di Jakarta akan digelar juga CP Open Biennale yang berskala internasional dan Triennale Seni Grafis di Bentara Budaya Jakarta. Sedangkan di Yogyakarta pada bulan yang sama, Oktober, akan diselenggarakan Biennale Yogyakarta.

Yang menarik dari berbagai perhelatan besar tersebut adalah bagaimana sebuah peristiwa kesenian itu bisa mendatangkan, serta menjadi perbincangan publik secara luas, dan yang paling penting, adalah bagaimana apresiasi masyarakat dapat direngkuh. Sehingga bagaimana pun dampak suatu acara dapat meningkatkan apresiasi masyarakat dalam memahami suatu bentuk maupun karya seni, sehingga dapat meraih nilai-nilai dalam karya-karya yang digelarkan.

Tentunya hal ini merupakan tujuan ideal tiap organisasi penyelenggara. Sampai tentang prediksi kualitas sasaran dan kuantitas publik yang akan diraih, alat-alat publikasi, pendanaan dan sebagainya. Dan diakhir acara laporan disertakan

**Rifky Effendy:** So all around this year, contemporary art publics in Indonesia, in Java particularly, has been shook up by the news of some big events, which were judged by scale, organization, and range, even the participants. We just saw the first international video festival (OK Video-Jakarta Video Art Festival 2003) that I think the biggest in Southeast Asia for a festival on video. Jakarta has CP Open Biennale, which is international, and Graphic Art Triennale in Bentara Budaya Jakarta. Also in Yogyakarta in the same month, in October they will have Yogyakarta Biennale.

The questions to ask about those big events are how an art event can attract and become a wide public topic, and the most important thing is how to get public appreciation. So the effect of the events can increase public appreciation to understand a shape or an artwork, so can appreciate the value of the work for that event.

Certainly this is an ideal for every event organizer. From estimation of quality to result, publicity, budgeting, and so on, project reports must include all the information as well as documentation of the event and clipping from the media publication. The evaluation of the event is based on those reports, usually if the funding organizations are from abroad. Some of them send their representatives to come and see with their own eyes.

lewat dokumentasi selama acara, kliping dari berbagai publikasi di media massa. Organisasi, *funding*, apalagi dari luar negeri biasanya menilai sukses tidaknya acara itu dengan laporan. Ada juga yang mengirimkan wakil-wakilnya untuk berkunjung langsung dengan pengamatan mata. Untuk sponsor sektor industri dalam negeri, alasan umum mengapa mereka masih enggan memberikan dukungan kepada organisasi kegiatan seni rupa, adalah pertama, seni rupa sangat asing bagi mereka. Kedua, *exposure* di media massa tentang seni rupa tidak menguntungkan mereka. Ketiga, mereka tidak melihat kegiatan ini akan mendatangkan publik secara besar, artinya, kita juga harus membatasi publik itu sendiri dalam konteks di Indonesia.

Publik seni rupa contohnya adalah lapisan masyarakat yang cukup intens dalam berbagai peristiwa seni baik itu pameran, diskusi dan sebagainya seperti kita ini. Publik seni bisa dikategorikan sebagai seniman, mahasiswa, kolektor, *dealer*, pelajar, pemilik galeri, kritikus, kurator maupun golongan masyarakat para pecinta seni. Namun publik seni, bukan suatu entitas yang solid, dalam arti batasannya selalu longgar untuk keluar-masuk para calon pemirsanya yang baru dan dari kalangan yang baru pula. Namun sampai sejauh ini wilayah publik seni kontemporer juga belum pernah terdeteksi secara menyeluruh dan diadakan observasi secara signifikan, maka publik atau pemirsanya bisa dikatakan belum tergarap secara mendalam oleh banyak penyelenggara.

Saya sering menemukan banyak kalangan masyarakat, terutama yang berpendidikan, bukannya tidak mau pergi ke galeri, tapi mereka merasa sungkan karena mereka merasa "tidak diundang", tidak mampu mengapresiasi atau sebetulnya mungkin *minder*. Hal ini adalah bagaimana tugas para kritikus di media cetak bisa memberikan nilai dalam sebuah acara. Sehingga secara publisitas, acara tersebut bisa menjangkau masyarakat luas secara geografis, atau bagaimana *distance viewer* bisa mengapresiasinya.

Selain media memiliki ruang dan sifat yang terbatas, seringkali tulisan kritik di media tidak memadai dan tidak menjangkau segala lapisan, hingga bisa mereduksi apa yang terjadi dalam sebuah acara. Juga seringkali bentuk tulisan kritik masih sangat konservatif, yaitu terlalu berpusat

For the local sponsors in local industry, general reason why they do not really want to support art events is firstly because art is peculiar to them. Second, publicizing art to the mass media is not really profitable for them. Third, they do not see this event can get a large public. But here, maybe we need to define the public more narrowly in Indonesian context.

Art public, for example, is those who are quite keen on different events like exhibitions, discussions and so on, just like us. Art public can be categorized as artists, scholars, collectors, dealers, gallery owners, critics, and curators, or even those who just love art. But art public is not a clear entity, meaning the audience can be anyone from new and different kinds of background. However, the area of contemporary art public has never been researched clearly and regarded significantly, so the public or audiences have never been analyzed in depth by many event organizers.

From my observation, especially the educated ones do not go to the gallery, not because they do not want to, but they feel "uninvited" or cannot be appreciated, or maybe because of low self-esteem. This is the job for critics in the media to give value to the events. So through the press, an event can be reached widely geographically, or appreciated in depth by the readers.

Beside the media's limitations in space and characteristics, usually critics' writing in the media is not adequate and cannot be reached to all kinds of people, it fails to describe the event or reduce the number of the public in the event. Also the writing style tends to be very conservative and focus only on the works, although big events have a lot of aspects that can be raised or related to other issues. For example, politics, presentation and those who are presented, curation and maybe organization problems as well. Now the issue here is how significant critiques can be for these kinds of events. Official policy in the media is very helpful to spread all things about an event. Also critique needs a strategy to raise the issues that can be a resource for ideas for those events. So event organizers need to find another new mechanism that can fulfill all aspects to write a critique. At this time an organization has to be able to get critics, writers even readers to

pada persoalan kekaryaan. Padahal acara besar mempunyai banyak sisi yang dapat diangkat dan berkaitan. Contohnya sisi politik, presentasi dan representasinya, kuratorial dan mungkin sampai masalah keorganisasian. Tetapi masalahnya sekarang adalah bagaimana kemudian kritik seni di media massa menjadi signifikan untuk acara seperti itu. Kebijakan *official media* sangat membantu untuk menyebarluaskan berbagai hal dalam acara. Juga perlu adanya strategi pengolahan isu-isu yang bisa menjadi bahan untuk kemudian menjadi diskursus atau wacana dari kegiatan tersebut. Maka bagi penyelenggara perlulah membuat mekanisme baru yang bisa memenuhi berbagai aspek penulisan kritik. Disini sebuah organisasi harus mampu menggandeng para kritikus, penulis maupun redaktur di media untuk ikut menyoroti acara tersebut. Walau bagaimanapun, penulisan kritik secara mendalam memang hanya bisa dimuat dalam media khusus, seperti jurnal atau *post-event publication* untuk sebuah refleksi.

Lalu bagaimana kita bisa mengatakan dan menilai sebuah acara itu sukses? Banyak faktor yang bisa menjadi indikasi, pertama, adalah dari sudut pandang medan sosial seni atau karya seni yang lebih ekslusif atau bagaimana acara tersebut bisa memproduksi wacana, termasuk juga dampak ekonomi dalam mengisi perkembangan dunia seni. Kedua, seberapa banyak acara tersebut dikunjungi oleh publik. Ketiga, sejauh mana publikasi dari acara tersebut teratas. Dan terakhir, keempat, adalah bagaimana dampak pada publik di kemudian hari, yang saya kira cukup penting, baik secara sosio-kultural, ekonomi, maupun yang lebih spesifik yaitu praktek seni selanjutnya.

Di Indonesia sejauh ini yang benar-benar masih terasa dengungnya tak lain adalah Biennale IX di Jakarta tahun 1993-1994, walaupun berbagai faktor masih dikatakan lemah dan dengan isu yang terlalu memusat dan ekslusif. Artinya isu yang mengemuka pada saat itu hanya pada tataran para kritikus yang mengetahui persoalan tentang post-modernisme. Tapi pameran itu merupakan suatu momentum pada praktek seni kontemporer seperti sekarang. Bahkan sebetulnya, saya bisa mengatakan pada saat itu bisa lebih kaya secara estetik.

Bagaimana pun, model pameran berskala

participate in those events. Even though, a deep critique can only be placed in specific media such as journal.

So how can we decide and evaluate the success of an event? There are a lot of factors of indication: first is from a point of view that art scene and artwork is more exclusive or how an event can produce ideas and effects, including economical impact on art development. Second, how many events have been visited by the public. Third, how much impact can publicity can make for an event? Finally, the fourth one, how was the impact later on, which I think is quite important even from social culture, economy, and also, more specifically, the continuity of art practice.

In Indonesia by far, what is still talked is Biennale IX in Jakarta in 1993-1994, even though some factors can be said quite weak and issues were too centered and exclusive. Meaning that the issues brought up at that time were only good for critics who were familiar with the discourses of post-modernism. The event is still relevant for the discussion on the contemporary art practice. Actually, I can say that time could be richer esthetic-wise.

Even though the exhibition models in big scales and periodic – annual, biennale, or even triennale – have a lot of agendas and some interest besides the main event, but we cannot see them clearly if we only see the event from one side. Because all the agendas are bound with each other and they cannot be separated. But then we can say that now we have to see art in the context of production. So we cannot see art as an autonomous, pure thing. The value of an artwork is produced by many elements other than an artwork itself: firstly, the dealers, critics and the media. I think this is a characteristic of people nowadays.

International big events show interesting phenomenon that curators' war and the system of organization make the events more valuable and talked about. But it also made it become normal to include interactive program as supplement program or commission art works to a specific artist. Also there's an inter-disciplinary programs like seminar forum. Aside from meaningful areas of interest, a strategy is important to reach a big public. On a big event, curatorial objectives can be divided and implemented into various

besar dan berkala, baik *annual*, *biennale*, maupun *triennale* punya banyak agenda dan kepentingan di dalamnya dan kita tidak bisa melihat dengan jernih bila hanya dari satu sisi. Karena semua kepentingan itu berkaitan erat dan tak dipisahkan. Tapi kemudian bisa ditarik, bahwa sekarang seni itu juga harus kita lihat keterkaitan produksinya. Jadi kita tidak bisa melihat seni didalam seni itu sendiri. Sebuah nilai karya seni selalu diproduksi oleh banyak komponen di dalamnya. Pertama mungkin *dealer*, kritikus, termasuk juga pemikiran seniman dan medianya terutama. Saya kira ini sebuah karakter watak manusia modern.

Dalam acara besar berskala internasional menunjukkan adanya gejala menarik, selain perang kurator dan organisasi semakin menentukan dalam membuat acara itu menjadi bergema. Tetapi juga semakin lazim menyertakan unsur-unsur interaktif ke dalam sebuah acara, yang dapat berbentuk program suplemen maupun karya-karya yang khusus dirancang oleh perupa tertentu. Bahkan juga muncul program inter-disiplin yang biasanya dalam bentuk forum seminar. Selain untuk kepentingan wilayah pemaknaan, juga merupakan strategi meraih publik yang cukup besar. Dalam acara yang cukup besar, keniscayaan pemikiran kuratorial kemudian bisa dibagi-bagi dan dipecah menjadi program-program yang implementatif. Acara yang baik biasanya juga mempunyai program publik yang menarik selama acara berlangsung.

Contoh yang saya lihat adalah Triennale Asia Pasifik III, mereka punya program dengan berbagai komunitas Sekolah Taman Kanak-kanak sampai pegawai-pegawai rendahan di sana. Jadi, bagaimana tim Queensland Art Gallery waktu itu benar-benar bekerja secara inter-disiplin. Dan ini memberikan apresiasi kepada publik secara luas dan beragam. Kebuntuan ini terepresentasikan dengan raks Berkembangnya pendidikan seni rupa kita. Seperti belum adanya bidang khusus sejarah seni, kritik ataupun manajemen seni, yang justru sangat dibutuhkan dewasa ini.

Suatu nilai seni sekarang, muncul dari proses pemaknaan dari keterkaitan kerja produksi satu sama lain dengan berbagai komponen dalam medan sosial seni. Seniman dan karya seni, pendidikan, seni, lembaga, galeri, museum, kebijakan pemerintah, lembaga pendana, sponsor, media massa, penerbitan, kurator, penulis kritik,

programs. A good event usually has interesting public programs during the event.

Let me take an example from the 3rd Asia Pacific Triennale: they had programs with various communities, from kindergartens to blue-collar workers. So the Queensland Art Gallery team at that time really worked in inter-disciplinary ways. And this brought up more appreciation within the wider public. Our art education is still stagnant. For instance there is no special institution for art history, criticism or management in the academies, which is highly needed nowadays.

The value of artwork comes from the process of production and various other components in art scene and the society. Artist and artwork, education, art institution, gallery, museum, regulation, funding institution, sponsor, media, publisher, curator, writer, critique, the public, collector, art lover, dealer and everything. This is the main characteristic and mechanism of the art world nowadays.

**Alex Supartono:** The response I would like to give is in a case example, because I think to get audience is a serious thing. At least there are three steps: first, how it brings an idea and presents it to the public. Second, how that idea can get the response, building discourse. Third, the most difficult and important thing is how that happens, the event and concept can be remembered by the public so later on it can be something to move forward. But everything depends on conceptual quality that wants to give to the public, so that appreciation would not be superficial.

I started small research through gathering clipping of articles on ruangrupa's OK Video. I think the amount of news was quite disappointing for the very big event with such a high profile and with ideas that are very relevant to the current society. Though at least, the main message from curators has clearly been delivered.

I made a note, firstly about "the existence of video as a new artistic medium", which in general the press wrote in their article. Secondly, they wrote criticism on video that shaped passive audience and social structure, which refers to the entertainment world. In general, it was reported that the National Gallery took up a new form of exhibitions: no more paintings and sculptures, and now some TV stands and projectors with all the electronic equipments.

publik, seperti kolektor, pecinta seni, *dealer* dan segala macam. Itulah watak dari seni modern yang mengandaikan mekanisme di atas.

**Alex Supartono:** Tanggapan yang akan saya berikan ini dalam bentuk contoh kasus, karena saya berangkat dari pemikiran bahwa perkara menjangkau publik dalam penyelenggaraan acara seni itu memang bukan perkara main-main. Paling tidak ada tiga tahap, pertama, bagaimana ia membawa gagasan dan mempresentasikannya kepada publik. Yang kedua, bagaimana gagasan itu kemudian mendapatkan respon, artinya dia membangun wacana. Yang ketiga yang paling berat dan paling penting adalah, bagaimana peristiwa, acara dan gagasan itu tercatat dalam ingatan publik sehingga kemudian ia menjadi titik pijak perkembangan selanjutnya. Tapi semuanya itu mengandaikan pada kualitas gagasan yang mau disampaikan ke publik, sehingga dengan demikian apresiasi terhadap publik itu tidak direkayasa.

Saya mulai riset kecil-kecilan tentang kliping yang dikumpulkan oleh ruangrupa dalam kaitannya dengan penyelenggaraan OK Video. Dari jumlah pemberitaan menurut saya cukup mengecewakan sebagai acara yang begitu besar dalam bentuk dan gagasannya yang sangat *up to date* dengan keseharian orang. Walau demikian, pesan-pesan utama kuratorial setidaknya telah sampai.

Saya mencatat, pertama adalah tentang "Keberadaan video sebagai medium baru artistik", rata-rata media menuliskan itu. Yang kedua, soal kritisme terhadap realitas video yang telah berhasil membentuk struktur masyarakat pasif yang semakin menghamba pada dunia tontonan. Rata-rata pesan-pesan tersebut tersampaikan, walau sebagian besar tulisan mendekatinya dari kebaruan bentuk yang ada, dibandingkan dengan yang biasa terjadi di Galeri Nasional. Liputan yang umum adalah Galeri Nasional diubah, tidak lagi dengan pajangan lukisan dan patung, tapi menjadi semacam pajangan TV-TV dan proyektor dan seluruh alat-alat elektronis. Dalam arti, acara tersebut didekati dengan cara eksotisme. Ia tidak masuk lebih dalam lagi tentang isu apa yang dibawa dan bagaimana kemudian itu direvisi. Yang kedua tadi, untuk membangun wacana, saya pikir kegalannya lebih besar lagi. Hanya satu tulisan

In a sense, the event is approached with exoticism. It is not going deeper to the issue the event tries to bring and how it communicated to the public. Secondly, to develop a discourse; I think the failure is much bigger. Only one criticism was written by the person next to me (Rifky Effendi). An event with such a big issue could provoke only one critic.

Some say that because it's new it is natural even if people did not understand and only small amount of people wrote about it. This argument actually is quite contradicting, isn't it? Because this theme creates some stunts, everybody seems puzzled as we can see from the first paragraph of every news report: video as medium is very effective to deliver ideas due to the development of technology and distribution which made it easy for people to access to it. So it is more democratic. But in two paragraphs the discussion stops, and after that people did not know where they have to go to talk about OK video. This is the conclusion of research I made through collecting news reports from the mass media.

So there was a thing that was not relevant anymore from 3 main pillars: the first is production, the second is publicity, and the third is appreciation. For production, it has its own art community, and publicity is not parallel with production. I think to bind these 3 pillars producers need to be more proactive. Actually there are many issues that can be raised: for example, art and technology. This is an interesting philosophical question, and I believe that art can challenge technology really well: we do not have to fight right against it. We can criticize the impact of technology by using itself.

**Lisabona Rachman:** I see the way those issues are dealt with is far more advanced in other cultural fields than visual art field. Why doesn't it happen to art critics? Is it the stagnation of ideas or unwillingness to use the media?

**Rifky Effendi:** What I see as a common fact in visual art is that if we write an art review for newspaper, they'll give you small a fee for it. That's why we prefer to write in catalogs. In the case of writers, actually whatever the media may be, they also demand reflective, theoretical writings from them. Unfortunately, they are also very discriminative against young unknown

tentang kritik yang ditulis oleh orang di sebelah kanan saya ini (Rifky Effendy). Acara dengan isu sebesar itu hanya memancing satu kritisus.

Karena ada beberapa yang mengatakan, bahwa ini baru, jadi wajar jika orang tidak mengerti sehingga tulisan yang lahir pun sedikit. Argumen ini sebenarnya kontradiktif, ya? Karena tema itu melahirkan keterpuakuan, semua rata-rata heran kalau dicek dari paragraf-paragraf pertama dari seluruh pemberitaan. Oh, ternyata video itu medium yang sangat efektif dalam menyampaikan gagasan, apalagi dengan kemajuan teknologi dan penyebaran yang kurang lebih cukup merata sehingga dia terakses oleh banyak orang dan lebih demokratis. Tapi itu berhenti dalam, paling banyak 2 paragraf, setelah itu orang tidak tahu harus pergi kemana lagi dalam membahas OK Video ini. Itu kesimpulan yang saya dapatkan dari pembacaan yang saya lakukan terhadap laporan-laporan yang ditulis media massa.

Jadi disini ada hal yang tidak relevan antara tiga pilar utama, pertama produksi, kedua publikasi, dan ketiga adalah apresiasi. Untuk produksi sudah ada komunitasnya, sedangkan publikasi itu tidak berbanding lurus dengan produknya. Saya pikir dalam rangka mengaitkan ketiga pilar ini, penyelenggara harus lebih pro aktif. Padahal banyak sekali tematema yang bisa diangkat, misalnya kaitan seni dan teknologi. Itu menarik secara filosofis, saya melihat bahwa seni bisa menjadi perlawan yang sangat cerdas terhadap kesewenang-wenangan teknologi, artinya ia tak perlu berhadap-hadapan menentang, dia bisa ikut menggunakan teknologi untuk menghantam balik teknologi itu sendiri.

**Lisabona Rachman:** Saya melihat persoalan budaya lain beberapa langkah lebih maju daripada kritik seni. Dan mengapa dalam kritik seni tidak terjadi hal itu? Apakah gagasannya tidak berkembang atau sekedar tidak mau menggunakan ruang media itu?

**Rifky Effendy:** Saya justru melihat di seni rupa bahwa sudah umum menulis tentang seni rupa di koran itu honornya kecil. Makanya, terus-terang kami lebih suka di katalog. Itu dari persoalan penulisnya, tapi sebetulnya media, apapun itu, saya kira haus juga dengan tulisan reflektif seperti teori-teori itu. Memang masalahnya, penulis-

writers. Curators have to be very mobile in their work for survey and so on; that's why they cannot be very productive to write criticism. But there are very limited spaces for acknowledged writers. Thus the dilemma exists.

And how inspiring can newspaper essays get? Newspaper is a daily publication, we buy it and read it and it is disposed the next day. Journals last longer. Regular newspapers cannot be like that; even the most important events can be forgotten for the characteristics of newspaper.

**Ade Darmawan:** Actually, what is the position of writer and critic in this kind of structure? And what's the strategy? All right, there is a market now and so on, if we talk about propaganda, then we talk about which side to take. This is what I mean: position or taking side. Just for an example, the time when we make Karbon on performance art, we invite performance artists and discussion starts with presentations of all the documentation on performance work. We also invite some observers and critics, and one of observers says, "Wow, this is the first time for me to see so much documentation on performance art." Then I think I would walk alone if it is like this. Because there should be a clear-cut function and position for critics, they must do their parts. But it is not happening as it is supposed to.

**Alex Supartono:** Regarding the position and function of critics, a lot need to be gained: their idea, creativity, concepts, forms, format which are new. Critics can make an artwork or event being analyzed and remembered by the public, by taking notes, giving it historical perspective in given contexts. And they can question, is an art event or work only a repetition? Or it's really new?

**Rifky Effendy:** I want to add, sometimes significance of critics and their meaning can be captured after they get published. If we look back to the last Jakarta Biennale IX, even artists like Heri Dono and Nindityo were confused by the discourse debated between Jim Supangkat and Agus Darmawan. Though the debate was only featured in fragments by the media, so there was a dialectical process produced.

I think that is why people talk about Sanento Yuliman now. Even ITB did not appreciate Mr.

penulis muda itu sialnya, untuk di media besar itu tidak diterima. Mereka tidak tahu siapa namanya. Ini siapa? Kalau orang itu pernah menulis atau agak bisa, sekali kita masuk, terus-menerus bisa. Dan juga karena kesibukan lain, karena tugas kurator bukan hanya menulis, dia harus survei. Dan hidup sebagai penulis itu tidak bisa begitu. Jadi ada dilematis itu.

Dan bagaimana sekarang tulisan di koran itu bisa menginspirasi? Koran itu harian, kita beli dan baca, besok hangus. Bagaimanapun jurnal-lahyang paling awet. Tidak mungkin koran bisa seperti itu. Bahkan kejadian-kejadian yang paling penting pun bisa terlupakan oleh sifat koran.

**Ade Darmawan:** Sebenarnya, bagaimana posisi penulis dan kritikus di struktur yang seperti ini? Lalu, akhirnya strateginya apa? OK-lah memang sekarang ada market dan lainnya, terus kalau bicara propaganda, akhirnya kita bicara keberpihakan. Dan itu maksud saya, posisi atau keberpihakan yang bagaimana? Karena salah satu contoh saja, waktu membuat Karbon: Performance Art, kami mengundang *performance artist* dan diskusi diawali dengan memutar semua dokumentasi karya. Kita juga mengundang beberapa pengamat dan kritikus, lalu ada salah satu pengamat yang bicara, "Wah, baru pertama kali saya melihat dokumentasi *performance art* sebanyak ini." Lalu saya berpikir, saya akan berjalan sendirian kalau begini. Karena seharusnya ada fungsi dan posisi yang jelas. Elemen itu harus dikerjakan oleh kritikus. Dan itu tidak dijalankan sebenarnya.

**Alex Supartono:** Berkaitan dengan posisi dan fungsi kritikus itu, cukup banyak yang mau dipanen, ide, kreatifitas, gagasan, bentuk, format yang semuanya baru. Kritikus yang mampu membuat karya seni atau suatu acara dapat dianalisa dan diingat oleh publik, dengan mencatat, memberikan perspektif sejarah dan konteks. Dan mereka dapat mempertanyakan, apakah karya seni atau acara itu hanyalah sebuah pengulangan? Atau benar-benar baru?

**Rifky Effendy:** Saya ingin menambahkan, terkadang signifikansi dari kritik bisa ditangkap maknanya, pada paska penulisan itu. Dan jika melihat kembali Biennale Jakarta IX lalu, pada saat itu bahkan praktik seniman Heri Dono dan Nindityo Adipurnomo sendiri bingung dengan yang dibicarakan Jim Supangkat dan yang

Sanento much at that time. In reality, he became to be appreciated only several years after his death. And we of course don't want to die first to be appreciated afterwards, but we see the change happening directly now.

Critiques often have unnecessarily intricate ways of writing. But the issue is how to find the strategy of writing which makes the idea accessible and easy to understand for the reader. Also for long pieces of writing and academic critiques, I think that relevant medium cannot be the mass media. Meaning, the media has own characters, limitations, relevant formats, etc. So that explains how important it is to make curatorial statement concise and condensed for brochures and wall texts.

**Marco Kusumawijaya:** I think what is important in the discussion is about audience, because it is connected to the question of the purpose to get audiences. I think that influences the strategy, because audiences have different interests and levels of familiarity to art and discourses, you going to get 220 million people? Or only get 10 million scholars and so on?

In this context, I see architecture is worse. The art scene did not include architect as part of it, but it did only recently. Because, for me, architecture is closer to art than literature. But architecture is not produced massively, but it is because of demand. Without demand and market, architecture cannot be born. On the contrary, art without market, you can create your own space, even though it might not be joyful...

diserang oleh Agus Darmawan. Dan walaupun cuma sepotong-sepotong di media massa, disitu ada proses pemaknaan terus-menerus, ada produksi makna.

Saya kira itulah mengapa Sanento Yuliman baru dibicarakan sekarang. Bahkan ITB pun tidak banyak menghargai Pak Sanento Yuliman saat itu. Realitasnya sekarang beliau dihargai karena tulisan, beberapa tahun setelah kematiannya. Dan kita tentu tidak mau jatuh meninggal baru kemudian dibicarakan. Tapi bagaimana misalkan kita seorang penulis bisa menikmati pengaruh itu sekarang.

Sebuah kritik tentu memiliki nilai konservatif dalam cara penulisannya, tapi bagaimana menemukan strategi penulisan agar gagasan tersebut menjadi tulisan-tulisan yang bisa meraih pemahaman publik pada saat itu. Dan untuk penulisan yang panjang layaknya kritik akademis, medianya tidak bisa di media massa. Artinya, media punya sifat, keterbatasan, format dan lainnya. Dan ini menjelaskan bagaimana tulisan singkat dalam kuratorial menjadi penting, ketika itu menjadi selembar brosur, atau *walltext*.

**Marco Kusumawijaya:** Saya pikir diskusi yang penting adalah soal khalayak tadi, karena apa sebenarnya tujuan kita mencapai khalayak itu? Saya rasa itu akan berpengaruh terhadap strateginya, karena bagaimanapun khalayak itu luar biasa lapisan-lapisannya. Apakah mau mencapai massa rakyat 220 juta? Atau hanya mau mencapai massa mahasiswa 10 juta dan seterusnya?

Dalam hal ini saya melihat arsitektur sebenarnya lebih parah. Ruang seni yang memuat arsitektur itu dulu tidak ada, baru belakangan ini saja. Karena bagi saya arsitektur itu lebih dekat dengan seni rupa daripada sastra. Tapi arsitektur bukan begitu lahir ia bersifat khalayak, tetapi ia lahir karena permintaan khalayak, tanpa permintaan dan pasar, arsitektur tidak bisa lahir. Sedangkan seni rupa tanpa pasar, anda bisa langsung mencipta di dalam ruangan itu sendiri, meskipun mungkin tidak dinikmati...

# tigabelasan: new media art

ruangrupa, Jakarta, 13 April 2003

**Pembicara** Speaker Gustaff H. Iskandar (seniman, pendiri Bandung Center for New Media Art / artist, founder Bandung Center for New Media Art)

**Moderator** Farah Wardani (kurator, kritikus seni / curator, art critic)

**Bersama Along With** Ade Darmawan (seniman, pimpinan ruangrupa / artist, director of ruangrupa), Rifky Effendy (kritikus & kurator seni rupa / art critic & curator)

Editor: Ardi Yunanto, Agung Hujatnikajenong, Andang Kelana

Terjemahan / translation: Farah Wardani

Editor terjemahan / translation editor: Che Kyongfa, Dimas Jayasrama

**Farah Wardani:** Kali ini kami mengundang seorang seniman Bandung, Gustaff H. Iskandar yang dikenal sebagai pengelola Bandung Center for New Media Arts, dengan presentasi hasil pengamatan serta foto-foto dokumentasi dan makalah sebagai pengantar diskusi ini....

**Gustaff H. Iskandar:** Selain aktif berkarya, saya bekerja di Bandung Center for New Media Art, sebuah lembaga yang didirikan oleh RE. Hartanto, seorang pelukis, Reza, seorang arsitek dan Reina pada tahun 2001. Organisasi kami lebih bergiat untuk sementara waktu dalam pendokumentasian dan penulisan serta riset terhadap kegiatan-kegiatan seni rupa dan arsitektur.

Topik malam ini cukup relevan dengan tulisan yang saya susun setahun lalu, saat di Bandung digelar Bandung New Media Art Festival oleh Krisna Murti. Dalam hal ini, istilah New Media sebenarnya sudah lama populer terutama di Eropa dan Amerika sekitar tahun 1970-1980. Walau sampai sekarang bagi saya wujud dari istilah ini masih belum jelas, hingga menarik karena punya peluang untuk dibongkar, tidak seperti seni modern dimana wujudnya sudah begitu tertanam di benak kita...

Awal yang menarik untuk dibicarakan malam ini adalah krisis yang muncul di seputar pemikiran modern sekitar awal tahun 1900-an.

**Farah Wardani:** Today we invite an artist from Bandung, Gustaff H. Iskandar who is running Bandung Center for New Media Arts, with presentation resulted from observation and photos documentation and also proposal as prologue for this discussion...

**Gustaff H. Iskandar:** Aside from my active production as an artist, I am working at Bandung Center for New Media Art, an organization founded by RE. Hartanto, a painter, Reza, an architect and Reina in 2001. Our organization has been working mainly on documentation and writing, and also research on art and architecture.

Tonight's topic is quite connected with the article I composed last year when I was at Bandung New Media Art Festival organized by Krisna Murti. Actually, the term "new media" has already been popular in Europe and North America since 1970-1980. Even though for me this term is not quite clear, it also interests me to try to find out, not like modern art, of which shape has already invested in our mind...

Something interesting to begin with is critical appearance around modern thinking (maybe discourse?) in the beginning of 1900, when there were a lot of western thinkers who gave rigid thinking that were outdated and could not accommodate new era.

Dimana banyak sekali pemikir-pemikir barat yang memberikan kritik terhadap pola pikir modern yang dianggap terlalu kaku dan sudah tidak mungkin mengakomodasi perkembangan terkini.

Kita bisa membagi dua kritik terhadap modernisme dengan kritik yang bersifat kontra dan kritik halus yang lebih memberikan koreksi serta lebih konstruktif seperti Edmund Husserl dan Heidegger. Yang pertama mereka kritik adalah pola pikir dualisme Cartessian, "Aku berpikir maka aku ada." dimana kemudian terjadi pemisahan antara manusia dan lingkungannya sebagai subyek dan obyek yang membuat pola pikir kita sangat deterministik, pusat-pinggiran, *high art-low art*, modern-tradisi dan sebagainya. Di penghujung tahun 1900-an hal ini menjadi masalah besar karena ternyata kehidupan kita tak bisa memisahkan antara tradisi dan modern...

Fakta atau kejadian di wilayah filosofis ini kemudian berdampak pada dunia seni rupa. Pemikiran Sudjojono dalam hal originalitas pada lukisannya adalah adopsi pemikiran Barat sebagai pernyataan individu yang sangat ia yakini. Dan kritik terhadap hal tersebut juga muncul dalam perkembangan seni rupa kita melalui tulisan Sanento Yuliman. Beliau sangat mengkritik klarifikasi *high art-low art* dalam menjadikan kesenian sesuatu yang agung dan terpisah dari masyarakatnya, mulai dari keberadaannya yang hanya ada di sekolah dan galeri, hingga tentang seni yang hanya membicarakan hal-hal besar.

Jadi dikotomi Barat dan Timur saat ini sudah tidak mungkin lagi kita pakai karena jelas Indonesia mengadopsi pemikiran barat sejak tradisi seni rupa modern Indonesia dimulai. Terutama ketika institusi formal seperti ITB didirikan. Walaupun itu Trisno Sumardjo sempat mengkritik Bandung sebagai laboratorium barat, saya pikir ketika kita memasuki era kolonialisasi, jelas proses modernisasi ini tak mungkin dianggap tak ada.

Kemudian di luar, kita kenal Michael Duchamp dengan karyanya, Fountain, sebuah urinoir yang memindahkan keseharian dalam galeri hingga apapun yang kemudian masuk dalam galeri bisa menjadi karya seni. Praktek-praktek yang dilakukan oleh Dada dan kemudian Pop Art juga semakin menjelaskan kekaburuan jarak antara yang seni dan bukan seni.

**Farah Wardani:** Tapi bukankah itu juga

We can divide discourses on modernism into two: contradictive critics, and soft critics that gave more corrective and constructive accounts like Edmund Husserl and Martin Heidegger. The first thing they criticize is Cartesian dualism: "I think therefore I am". They established the distinction between people as subject and environment as object, which made our way of thinking very determined, center-marginal, high art-low art, modern-tradition and so on. In the end of 1900 this thing becomes a big problem because in fact we can't separate between tradition and modern in our live....

A fact or an event in philosophy later on influences art world. Sudjojono's idea and statement on originality in his painting is adopted from western philosophy which he empathized. Then the critics who were interested in that idea became existed and continued seeing the idea in art, through Sanento Yuliman's writing. He criticized too much high art-low art classification in making art as something crucial that separate from the community, from the place such as in school and gallery, until art talk only important things.

So dichotomy between west and east at this moment is impossible to use because quite clearly Indonesian art has adopted western idea since modernism started. Especially after a formal institution like ITB founded. Even though Trisno Sumardjo had criticized Bandung as western laboratory I think when we entered colonialism era, clearly it was impossible to ignore westernization.

Moreover, in other countries, we know Michael Duchamp and his work, namely "Fountain", an urinal which moved from everyday life into a gallery; everything that gets into a gallery becomes art work. This kind of practices made by Dada and later by Pop Art also created haziness between art and non-art.

**Farah Wardani:** Isn't that a response for what was happening in his culture?

**Gustaff H. Iskandar:** We can say that, because whether you like it or not, western culture is very dialectical, always a confrontation. Though in Indonesia we heard about the new art movement in Pasaraya Dunia Fantasi project, in which the difference between art work and everyday life

merupakan respon dari apa yang terjadi dalam budayanya sendiri?

**Gustaff H. Iskandar:** Bisa dikatakan seperti itu, karena mau tidak mau kebudayaan di Barat sangat dialektis, selalu ada perlawanan. Di Indonesia sendiri kita pernah dengar Gerakan Seni Rupa Baru dalam Proyek Pasaraya Dunia Fantasi, dimana perbedaan antara karya seni dan keseharian juga sedemikian kabur.

Kembali pada New Media Art, terminologi ini tepat sebagai rujukan persoalan antara seni dan keseharian, serta inter-disiplin dalam perkembangan kebudayaan, teknologi dan lain sebagainya. Dalam budaya TV kita pun sudah tidak tahu mana yang virtual dan yang nyata, rekayasa atau alamiah, natural atau kultural. Kompas beberapa hari lalu juga memuat foto perang Irak yang ternyata hasil rekayasa, membuktikan bahwa sebagaimana fotografi dengan orang di balik lensanya, media pun tidak mungkin melepaskan diri dari berbagai kepentingan. Saya pikir itulah mengapa video art populer saat ini, karena ia lebih memiliki kekuatan politis dibanding medium lain...

Jadi saya pikir kita bisa melihatnya sebagai bentuk praktik kebudayaan yang memang mencerminkan perkembangan saat ini. Seperti video Inul, Rachel (Maryam) dalam "Casting Iklan Sabun" atau video ITENAS, itu sangat inspiratif secara konteks, bahwa ternyata karya video porno tidak hanya muncul karena industri namun juga karena dampak teknologi. Praktik *voyeurism* itu memang benar karena setiap hari kita memang diamati secara diam-diam oleh orang lain, hingga karya itu pun layak kita sebut sebagai karya seni...

Dan sepertinya diskusi ini lebih menarik kalau saya presentasikan beberapa slide karya yang kami dokumentasikan semenjak 2001 di Bandung...

Ini dokumentasi peristiwa oleh Bio Sampler, kolektif yang mengerjakan video klip, musik dan studio rekaman band. Ini dalam terowongan ITB yang tidak difungsikan dimana mereka mengkombinasikan antara musik, elektronik dan video, lalu akhirnya peristiwa yang terjadi adalah yang lazim kita sebut pesta di *nightclub*.

Kemudian ada Andri Hendriansyah yang hampir setiap minggu selama tiga bulan penuh berkeliling Bandung melingkari lubang-lubang

(craft work?) is also blur.

Back to New Media Art, that is the exact term which refers to the problem between art and non-art, also inter-disciplinary practice in cultural development, technology and so on. In TV culture, we do not know what are virtual or real, imitation or natural, nature or culture. Kompas (newspaper-red) a few days ago also put photos of Iraq war that were actually fake, it approves that photography with man behind the camera, media also can not get away from its interest. I think that is why video art is popular at this time, because it has more political power than other medium...

So I think we can see it as a form of cultural practice that is reflecting the development today. Like video clip of Inul, Rachel (Maryam) in "Soap Ads Casting" or ITENAS's video, they are very inspiring in the context that actually porn video works do not only exist because of industry but also because of technology. Voyeurism practice is correct because everyday someone observed us quietly, so that work can say as art work...

So I think it'd be interesting for the discussion to represent some slides of the work which we have documented since 2001 in Bandung...

This event was documentated by Bio Sampler, a collector who is working on video clip, music, and band record studio. This is a space of ITB that were not used. There they combine music, electronic and video, and finally an event happened and it was something we usually called party in the nightclub.

Then there is Andri Hendriansyah who almost every week for three months marked holes on the streets of Bandung with paint. It's an interesting work because the public sees the holes (that are marked by Andri) which they see in daily life and they become a problem. From my many interviews with people, that work inspired the public to think about city infrastructure which was not executed for the city development.

This performance was quite risky for Yoga Lesmana in Bandung Biennale, so the public became responsible for the safety and steady work. He makes people feel the same tension, and the border between artist and the public becomes blur; everybody feels the same tension even though the biggest risk is for Yoga.



Presentasi  
Bandung Center  
for New Media Art  
Bandung Center  
for New Media Art  
presentation

jalanan dengan cat. Karya yang menarik ketika publik kemudian melihat lubang jalanan yang semula adalah keseharian, menjadi sebuah masalah. Dari rangkaian wawancara saya dengan masyarakat, karya itu sangat menginspirasi publik untuk kemudian berpikir tentang infrastruktur kota sebagai praktik pembangunan yang tak semestinya seperti itu.

Ini *performance* yang cukup berbahaya dari Yoga Lesmana dalam Biennale Bandung, hingga publik turut bertanggung jawab atas keselamatan dan keutuhan karyanya. Ia menjadikannya sebagai ketegangan bersama, hingga batas seniman dan yang bukan di sini menjadi kabur, semua orang merasakan ketegangan yang sama meskipun resiko terbesar ditanggung oleh Yoga.

Lalu ini karya saya di tahun 2002, sebuah biografi tentang sepatu. Waktu itu saya telepon Supervisor Teknik PUMA Indonesia, mengaku menjadi seniman saya meminta sepatunya untuk dijadikan karya seni. Ini biografi sepatu Puma selama 30 hari dengan peta aktivitas dari sepatu yang saya pakai setiap hari...

**Rifky Effendy:** Dari perspektif *cultural studies* mungkin itu menarik karena ada titik persamaan dengan perspektif seni rupa yang tadi dijelaskan. Hal-hal yang tadinya memang tak perlu dibahas dalam keseharian menjadi topik utama. Lalu pertanyaan saya, apakah New Media Art itu sudah memiliki sebuah ruang yang kaku?

**Gustaff H. Iskandar:** Menurut saya New Media Art ini cenderung menempatkan diri di wilayah abu-abu, karena dengan cara itu kita bisa

Then my work in the year 2002, a biography about shoes. At that time I called Supervisor PUMA technique Indonesia, claimed as artist and asked his shoes to make as an artwork. This is a biography Puma shoes for 30 days with mapping activity from the shoes that I used every day....

**Rifky Effendy:** From the perspective of cultural studies, maybe it is interesting because there are the same points in art and design field that have been explained. Things that we do not need to discuss daily become a main topic. Then my question is, "does new media art have a rigid room?"

**Gustaff H. Iskandar:** I think new media art is placing itself in a gray area, because in that way we can avoid a new institution which makes the form established like those previous esthetic phenomenon. Actually I also doubt about it, because some countries have formalized new media. I guess we are not ready yet to have any conclusion, because we still need a distance to grasp the problem.

So particularly in Indonesia, or more precisely, in Bandung, I founded Bandung Center for New Media Art but in fact we do not really regard this term important, because the important thing is the exercise, readers then dissemination.

It seems like something that can be raised was the red line in the year 1994, when there was cross ideas as interrelation practice between discipline that so complicated as a mindset, which was not deterministic but holistic.

bongkar-pasang terus tanpa menjadi institusi baru yang terformalkan lagi seperti fenomena estetik sebelumnya. Saya pun sebenarnya masih agak ragu bisa seperti itu atau tidak, karena di beberapa negara terjadi juga praktik formalisasi New Media ini. Seperti di Finlandia ada fakultas Time Base Art yang kemudian diklaim sebagai wujud langsung New Media. Menurut saya kita belum saatnya membuat kesimpulan karena kita tetap memerlukan suatu jarak tertentu untuk bisa membacanya sebagai satu persoalan.

Jadi khusus di Indonesia meskipun secara eksplisit saya mendirikan Bandung Center for New Media Art tapi pada kenyataannya kita tak begitu menyadari istilah ini sebagai istilah yang penting, karena yang penting adalah praktiknya, pembacaannya lalu diseminasi.

Sepertinya yang bisa diangkat sebagai benang merah itu waktu tahun 1994, ketika ada istilah silang wacana sebagai praktik interelasi antar disiplin yang begitu kompleks sebagai pola pikir yang tidak deterministik tetapi holistik.

Saya pikir karya-karya seni yang masuk wilayah ini kemudian dapat kita lihat sebagai suatu gejala estetik yang masuk wilayah New Media, karena saya melihat istilah New Media ini lebih dekat pada praktik kebudayaan. Praktik kebudayaan saat ini kan berbeda dengan zaman mekanik atau elektrik, sekarang kan zamannya digital, dimana interelasi antar disiplin itu semakin terlihat dan semakin cair sekatnya. Yang paling jelas misalnya seks dan internet dalam industri pornografi yang luar biasa pertumbuhannya. Persentuhan kamera dan komputer itu juga ternyata menghasilkan varian yang baru.

**Farah Wardani:** Sejauh mana usaha mengidentifikasi praktik New Media ini sendiri?

**Gustaff H. Iskandar:** Saya kurang tahu juga karena tradisi resistensi kita kan juga patut dipertanyakan. Di Indonesia, praktik berpikir kritis itu bukan suatu tradisi tapi suatu dampak dari perkembangan yang memang ada secara global.

Tapi dalam kejadian tertentu praktik resistensi itu ada. Ada beberapa mahasiswa yang menyerang *billboard-billboard* kota Bandung dan didokumentasikan dengan video. Sialnya, ruang publik di Indonesia itu selalu menjadi kepentingan kapital hingga ia kemudian dikejar-

I think all art works that enter this area then we can see esthetic in new media zone, because I see that term new media is closer to cultural exercise. Cultural exercise nowadays is different from that of mechanic or electric era. It is now digital era, where interrelations between disciplines get closer. The most advanced and fastest is porn industry on the internet. A contact between camera and computer can result another new variant.

**Farah Wardani:** How much effort is made to define this new media practice?

**Gustaff H. Iskandar:** I don't know because our resistance to tradition is a big question. In Indonesia, this kind of practice is not from a tradition but because of globalization.

But to some extent resistance still exists. There are some college students who attacked those billboards in Bandung and documented it in video. Unfortunately, the public space in Indonesia is always capital interest, then they chase by those who damaged the billboard. I think that is interesting phenomenon because I realized some people not only have fetish to technology, but also media influences the politic. Now that artists also have objection to show their works. The professors are afraid to be detained by the police and risk their job in academia.

In the history, development of philosophy and esthetic practice usually get along. When somebody found photography and say "see, now painting is dead", issues that link to the philosopher and art is not dominated again, people talk about photography as the truth. I see some patterns that link to each other.

**Farah Wardani:** But the difficult thing here is, philosophy can be used to deconstruct some values, which sometimes set out for another legitimacy....

**Gustaff H. Iskandar:** That is actually another problem because I do not know why art critics read artwork and always over-philosophize. In the end when something that can be explained easily becomes difficult. Only in this context there is a link between development in philosophy and esthetic practice or cultural practice. So now all points can be central and can be linked with other points. That does not mean later on painting can

kejar preman *billboard* itu. Saya pikir itu fenomena menarik karena ada juga yang tidak sekedar *fetish* terhadap teknologi, tapi juga sadar bahwa media mempunyai dampak politis yang digunakannya untuk kepentingan politisnya sendiri. Sekarang seniman itu juga agak keberatan karyanya dipresentasikan. Dosennya sendiripun takut ditangkap polisi karena karya mahasiswanya itu.

Dalam sejarah, perkembangan filsafat dan praktik estetik itu memang saling sambut-menyambut. Ketika ditemukannya fotografi dengan istilah "See, now the painting is dead!", masalah kajian filsafat yang berkaitan dengan seni rupa sudah tidak didominasi oleh lukisan lagi, orang membicarakan fotografi sebagai sumber kebenaran. Saya melihat memang ada pola yang saling bertaut di situ....

**Farah Wardani:** Tapi sulitnya di sini, filsafat yang sebenarnya digunakan untuk mendekonstruksi nilai yang ada, terkadang diterapkan menjadi suatu bentuk legitimasi lagi....

**Gustaff H. Iskandar:** Itu sebenarnya masalah tersendiri karena entah kenapa kritikus seni rupa kita dalam membaca karya seni terlalu *over-philosophizing*, sampai akhirnya yang sebenarnya bisa dijelaskan secara sederhana jadi sulit. Cuma dalam konteks ini ada keterkaitan erat antara perkembangan di tingkat filsafat dengan praktik estetik atau praktik kebudayaan. Jadi sekarang semua titik sudah bisa menjadi sentral dan dapat saling bertaut dengan titik lain. Itu bukan berarti kemudian lukisan menjadi suatu media ekspresi yang tidak punya legitimasi juga. Itu tetap ada, hanya sejauh mana karya itu punya kekuatan menjadi inspirasi atau sumber metafor. Semua medium saya kira bisa dibilang sebagai karya seni. Dengan kesadaran bahwa masing-masing medium itu punya karakteristik spesifik dan konteksnya sendiri-sendiri serta juga punya kekuatan untuk memberi dampak....

express media that does not have legitimacy. It still existed, only how far art works have power of inspiration or metaphor sources. All medium I think can be artwork. With awareness that each medium have their own specific characteristic and own context, also has the power to give influence....

# tigabelasan: dibalik media alternatif behind alternative media

ruangrupa, Jakarta, 13 Oktober 2004

**Pembicara Speaker** Nuraeni Juliastuti (penulis, pendiri dan editor KUNCI Cultural Studies Center, Yogyakarta / writer, founder and editor KUNCI Cultural Studies Center, Yogyakarta), Pam (pengamat zine, pengurus ToBuCil, Bandung / zine observer, board member of ToBuCil, Bandung), Ika Vantiani (copywriter, aktivis zine, pemilik Peniti Pink, Jakarta / copywriter, zine activist, owner of Peniti Pink, Jakarta)

**Penanggap Responder** Wendy "Wenzrawk" Putranto (jurnalis, manager The Upstairs, Jakarta / journalist, The Upstairs manager, Jakarta)

**Moderator** Farah Wardani (kurator, kritikus seni / curator, art critic)

**Bersama Along With** Dimas Jayasrama (seniman / artist)

Editor: Ardi Yunanto, Agung Hujatnikajenong, Andang Kelana

Terjemahan / translation: Agung Hujatnikajenong, Farah Wardani

Editor terjemahan / translation editor: Agung Hujatnikajenong, Che Kyongfa, Dimas Jayasrama

**Farah Wardani:** Selamat malam semuanya. Yang menarik buat saya adalah karena masing-masing pembicara kali ini mempunyai platformnya sendiri-sendiri. Nuning (Nuraeni Juliastuti) dahulu adalah aktivis Pers Mahasiswa UGM dan salah satu pendiri dan pengurus KUNCI Cultural Studies Center di Yogyakarta. Sedangkan Pam adalah seorang pengamat zine dari Bandung dan Wendy Putranto adalah aktivis zine musik underground yang akan menanggapi diskusi kita...

**Nuraeni Juliastuti:** Pada pertengahan 90-an di Yogyakarta, media alternatif itu selalu mengacu pada pers mahasiswa yang sangat banyak di setiap fakultas dan jurusan. Mereka saling membangun jaringan antar kota dan dahulu Institut Studi Arus Informasi (ISAI) secara rutin membuat kompetisi media alternatif yang diikuti oleh pers mahasiswa di Indonesia, seolah semakin mengokohkan definisi media alternatif yang seperti itu. Menurut ISAI, media alternatif adalah yang mempunyai muatan politis yang jelas dan saat itu representasinya adalah pers mahasiswa, sehingga bagi mereka Aikon tidak termasuk sebagai media alternatif...

Tapi pertanyaan terbesar bagi pers mahasiswa waktu itu adalah "Kita ini mau berperan di tingkat yang mana?", apakah hanya

**Farah Wardani:** Good evening everybody, something that attracts me within this discussion is that each speaker here has his/her own platform. Nuning (Nuraeni Juliastuti) is a press student activist of UGM (Gajah Mada University) and one of the founders and members of KUNCI Cultural Studies in Yogyakarta. In addition, Pam is a zine observer from Bandung while Wendi is an underground music zine activist who would respond to our discussion this time...

**Nuraeni Juliastuti:** In the midst of 90's in Yogyakarta, what so-called alternative media was always focusing a lot on many college students press in every department and major academic studies. They built their own inter-city network, and back then, it was the Institute of Information Studies (ISAI) who routinely made a competition of alternative media followed by Indonesian student press that eventually made it a solid definition of alternative media. According to ISAI, alternative media should always have a clear political will and at that time it was represented by student press, so that such media like Aikon (a free bulletin published in late 90's) was not included alternative...

But the big question for the student press at that time was "In what kind of level do we

dingkat kampus dan lebih kepada komunitas, atau lebih dari itu? Dahulu keinginan utama pers mahasiswa itu sejajar dengan media lainnya, yakni membicarakan masalah-masalah umum dengan kacamata mahasiswa. Tapi perdebatan selalu ada dan tidak ada keberanian merubah format karena kita menyadari bahwa selama ini pun sudah berjarak dengan komunitas kita sendiri, sehingga menjadi sangat ekslusif. Saya ingat dahulu ada tulisan Daniel D. yang bagus sekali tentang pers mahasiswa. Kita seolah-olah seperti singa yang teriak-teriak sendirian di cagar alam yang luas dan tak ada yang mendengarkan, tetapi tetap harus dipelihara karena itu harus ada...

Untuk di Yogyakarta, pemetaan orang-orang dibalik media sampai saat ini masih bisa dibaca dengan jelas. Orang-orang dibalik KUNCI adalah anak-anak pers mahasiswa saya dulu, yang salah satunya kemudian membuat 'Blocknot'; newsletter penulisan sastra kreatif yang berbeda. Lalu ada seorang teman dengan medianya 'Angkringan' sebagai media komunitas. Seingat saya, pada tahun 1997 mulai ada bentuk lain seperti *punk* dengan komunitasnya, walau belum banyak...

Sebelum diskusi ini dimulai saya sempat berbicara dengan Farah, bahwa perdebatan utama pers mahasiswa adalah tentang kembali ke komunitas. Untuk *webzine* atau *weblog*, keduanya lebih sebagai media yang merayakan kembali individualitas, karena orang bisa bebas bicara apa saja di sana.

**Pam:** Saya langsung saja dengan bagaimana kita sekarang banyak terinspirasi dengan internet dan *weblog* yang akan menjadi perayaan individualitas. Justru itu pertanyaan yang saya ingin angkat... Sekitar tahun 1998 sampai 2001 terjadi *booming zine* yang mungkin dipicu kondisi sosial-politik yang panas dan reformasi sebagai era kebebasan untuk bicara. Tahun 2002 kuantitas dan mulai berkurang dan 2003 semakin jarang, bahkan di Bandung hanya satu sampai tiga orang yang masih membuat *zine*. Tahun 2004 saya belum menemukannya lagi...

Fenomena menarik di tahun 2003 adalah ketika *zine* fotokopian menurun, kemudian mulai muncul *zine* yang terbit *online* di internet. Saya kurang mengerti mengapa di satu sisi ini berkurang dan di sisi lain bertambah. Namun rata-rata mereka yang dahulu membuat *zine* kemudian harus bekerja, kuliah dan sebagainya,

want to participate?", should it be on campus level and more towards community media, or more than that? Previously, the main desire of college student press was in the same level with other regular media, namely to talk about normal things like other college students. But the debate was always there and there wasn't any courage to change its format, because we realized that a distance had been established in our own community at that moment, which made it exclusive. I remember there was a very good essay from Daniel D. about college student press, saying as if we are lions that roar out in the middle of a conserved forest and no one listens, yet it still need to be preserved because it has to exist...

In Yogyakarta so far, the position for people behind the media can be read quite clearly. Those people behind the KUNCI newsletter in that era were some people who were active in the students press within my generation. One of whom made Blocknot; a newsletter about specific creative literature. Then there was a friend with his Angkringan media for community media. As I remember in 1997 there were other forms like the punk media with its community, even though there were not many.

Before this discussion started I talked with Farah Wardani about the main debate for college student press is about going back towards community. While for webzine or weblog, they tend more to celebrate their individuality because people can speak freely about anything therein.

**Pam:** I would like to start straightly to the point on how we are now much inspired by internet and weblog, which eventually become a celebration of individuality. That is the point I will raise...

Around the years of 1998 until 2001, there emerged a booming of zine that was triggered by the intense social-political condition and reform toward the freedom of speech. In the year 2002, they started to decrease and in the year 2003 it became really rare. Even in Bandung, only one or two people have still made the zine. In the year 2004, I have not found it again...

The interesting phenomenon in 2003 was that the amount of photocopied zine got decreased; then online zine started to emerge online on the internet. I don't quite understand

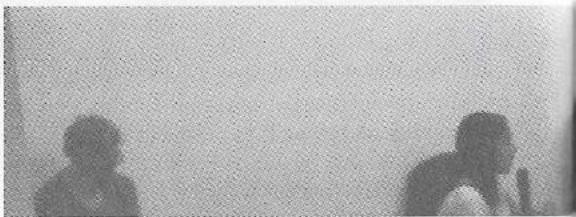
yang sungguh menyita waktu. Bagi yang cukup beruntung memiliki akses internet di tempat kerjanya, mereka mengalihkannya ke versi *online* karena sangat mudah... Namun ada kelemahan di *weblog*, tidak ada sensor yang cukup ketat dan sifatnya sangat instan. Di *weblog* kita kehilangan sentuhan bersifat fisik, karena kita juga membutuhkan informasi yang tak hanya instan namun kadang juga bersifat personal. Dan ini sebenarnya juga tidak buruk, karena mereka masih tetap menulis di sela-sela waktu yang ada.

Beberapa hal yang membuat saya senang dengan *weblog* buatan luar negeri adalah karena mereka membuat versi *online* dan versi cetaknya sekaligus. Ini akan sangat menutupi kelemahan masing-masing. Komunikasi bisa berlangsung cepat, dengan informasi lebih banyak tapi tanpa kehilangan sentuhan personalnya. Dan saya ingin melanjutkan, pada versi *online* kita justru kehilangan sisi komunitasnya karena tidak ada yang berbicara tentang kita dan lingkungan kita.

**Farah Wardani:** Ini sangat menarik karena ada dua fenomena yang berbeda namun saling terkait. Satu hal yang Pam tekanan adalah masalah komunikasi. Saya dan Nuning sebelumnya tidak membahas mana yang lebih baik atau lebih buruk antara media individu dan komunitas. Dalam media pers mahasiswa, media itu sebagai sarana informasi. Sedangkan dalam *weblog*, komunikasi antar personal menjadi penting ketika orang tidak hanya membutuhkan informasi.

**Nuraeni Juliastuti:** Dahulu yang selalu menjadi ukuran adalah media pers umum, bahkan kalau sekarang saya melihat Outmagz atau Trolley Magazine, penulisannya lebih banyak menuju opini. Sementara pers mahasiswa lebih pada teknik penulisan yang bagus serta jaringan dengan lembaga lain yang dapat memberikan dana untuk pelatihan. Misalnya ISAI mengadakan pelatihan jurnalisme investigatif, lalu Kompas mensponsori pelatihan jurnalisme presisi dan itu memang sangat mempengaruhi tulisan saat itu.

**Wendy Putranto:** Sangat menarik apa yang dikatakan Nuning tentang dominannya fenomena pers mahasiswa sebelum lahirnya *zine* atau media alternatif, dan bagaimana pers mahasiswa di jaman sebelum runtuhnya Orde Baru di tahun 1998 cenderung sangat apolitis. Kalaupun mereka



why on one side it was decreasing but on the other side it increased. But many of those people who used to make *zine* now they have to work, study in college and so on, which is quite time-consuming. For people who were lucky enough and have access to the internet from their work, they have changed their *zine* into online version, which becomes much easier... But there are some disadvantages of using the *weblog*, because there is no censor and it tends to be very instant. In using *weblog*, we are lacking of physical touch while in making alternative media not only we need something instant, but also something personal. Actually it is not so bad because the good thing is that some people still write in their spare time.

Something I like about foreign *weblog* is that they make both online and print out version. This would cover each side's weaknesses. They still produce a fast communication with a lot of space for information without lacking their personal touch. In addition, with merely online version we would loose the community side because nobody talks about our community and us.

**Farah Wardani:** This is really interesting because there are two different phenomena that actually linked to each other. One thing that Pam emphasized was about communication. Nuning and I didn't talk much about which one is better or worse between individual and community media. In the case of student press, the media is the tool of information. Moreover in *weblog*, interpersonal communications becomes more important, especially when someone doesn't really need common information.

**Nuraeni Juliastuti:** In the past people always used common press media as parameter. Even if I look at Outmagz or Trolley Magazine, their



bicara politik, itu dilakukan secara diam-diam.

Setelah runtuhnya Orde Baru tahun 1998, terjadi euphoria politik dan semua penerbitan kampus lantang bicara politik. Tapi yang menjadi pertanyaan ketika semuanya lantang bicara politik, media mahasiswa itu kehilangan taji karena justru semakin jauh dari komunitasnya. Hal itu sempat membuat saya jenah ketika teman-teman mahasiswa ternyata lebih konsentrasi untuk menghantam kekuasaan. Mengapa media mahasiswa menjadi sarana provokasi politik? Terasa ada kemunafikan karena mereka sendiri tidak bisa mengakomodasi aspirasi teman-teman di kampus. Ketika semua media sudah berbicara seperti itu, mau dibawa kemana posisi media mahasiswa?

Kemudian muncul trend baru menerbitkan *fanzine*. Waktu itu ketika masih aktif di pers mahasiswa saya sempat menerbitkan *Fanzine Brainwashed* pada tahun 1996. Media ini mengkomunikasikan informasi tentang musik-musik keras, untuk berbagi hobi serta dokumentasi komunitas band Jakarta dan dipublikasikan sampai ke lain daerah. Berangkat dari pemahaman yang sederhana, *fanzine* di sini lebih melayani komunitas musik, sifatnya sporadis dan tidak formal. Sedangkan pers mahasiswa biasanya sangat bergantung pada dana kampus. Dan dari sisi formalitas itu saya menilai bahwa pers mahasiswa paska reformasi mulai kehilangan orientasinya. Terlalu berlama-lama membahas teori dan intelektualitas yang sebenarnya tidak terlalu penting. Sementara *fanzine* bisa lebih luwes, terserah kamu mahasiswa atau bukan, kalau bisa menulis, ya menulis. Itu yang saya alami di Jakarta.

*Fanzine* sangat "no rules". Saya setuju dengan Pam yang mengatakan kalau *fanzine* bisa menjadi perayaan individu. Jadi mungkin perbedaan yang mendasar ada pada sifat dan

writings tend to talk about opinions. On the other hand, student press have much tendencies towards good writing techniques along with the network with other organization that can give them funding for training. For example, ISAI held investigative journalism training, while Kompas sponsored precision journalism training. Both were really influential to the development of the journalism.

**Wendy Putranto:** It is very interesting that Nuning said about the phenomenon of dominant student press before the zine and alternative media were born and how the student press before the fall of the New Order era in 1998 were very apolitical, even if they were political they tend to talk silently.

After the fall of New Order era in 1998, there was a political euphoria and all campuses published discourses about politics. However, the question was that when all speak loudly about politic, college student press lost their fearlessness because it becomes far from their community. It made me feel tired when my colleagues were focusing on how to beat the government's power. Why college student presses become a political provocation? It felt like a hypocrite because they actually cannot accommodate their own friends in campus. When all media already talked like that, where are they going to bring on the position of student press?

Then there emerged a new trend to publish *fanzine*. At that time when I was still active in student press, I got chance to publish a *fanzine* called *Brainwashed* in 1996. The media conveys information about hard rock music, to share our hobbies documentation on bands community and was distributed to other localities. Departing from such simple understanding, the *fanzine* tends to serve the music community, spread sporadically and informally. While the student



karakteristiknya. Tapi kalau mengatakan pers mahasiswa, *fanzine* ataupun *weblog* sebagai media alternatif secara keseluruhan, saya setuju.

**Pam:** Jika akhirnya dikatakan *zine* itu lepas dari sekat, justru sekarang malah *zine* membuat sekat-sekat itu sendiri. Karena karakteristik *zine* adalah seperti itu dan bukankah pers mahasiswa juga dari jaman dahulu juga sudah seperti itu adanya? Karena seperti buletin-buletin Jum'at di mesjid atau buletin gereja, mereka pun tidak berbeda tapi tidak pernah dianggap sebagai sebuah *zine*. Ada semacam batasan yang membingungkan, karena sebenarnya yang kita lakukan juga sama saja. Saya pikir itu sangat bergantung pada aturan pribadi yang dimiliki kelompoknya sendiri. Jadi kalau *zine* itu menjadi pelepasan dari sekat yang terlalu kaku, justru sekarang *zine* juga butuh sebuah pelepasan dari sekat yang kaku yang mendefinisikan *zine* itu sendiri, sepertinya...

**Farah Wardani:** Jadi seperti yang disebut Wendy tentang pers mahasiswa yang "genit", sekarang pun *zine* juga sudah "genit" ya?

**Nuraeni Juliastuti:** Kalau batasannya hanya tema, dulu memang tidak lazim satu media umum membahas punk atau budaya anak muda lainnya. Tapi sekarang Kompas memiliki edisi Muda setiap Minggu yang membahas apa yang dulu tidak mungkin muncul di surat kabar seperti Kompas. Jadi seandainya media umum sudah menulis tentang itu, batasan yang tersisa tinggal "jiwa" orang yang membuat dan identitas yang dibawanya.

**Pam:** Itu justru yang ingin saya sorot sejak tadi, kenapa justru ada batasan dalam pembuatan media ini? Intinya setiap orang bisa membuat media untuk merepresentasikan dirinya...

**Farah Wardani:** Tapi kalau setiap orang memiliki

press usually depends on the campus funding. From its formality, I saw student press after the reform era starting to loose their orientation. They tend to spend too much time to talk about intellectual theory that was actually unimportant. On the other hand, fanzine is more flexible, whether you are student or not, if you can write, just write... That is what I experienced in Jakarta.

In fanzine, it tends to be "no rules". I agree with Pam, saying that Fanzine can become the celebration of individual. So maybe the basic difference lies in its nature and characteristic. But I tend to agree that college student press, fanzine or weblog is the alternative media as a whole.

**Pam:** If it is finally said that zine is free from borders, now zine has actually made the borders itself because the characteristic of zine is like that, and actually student press was also like that in the past. Because like religious bulletins from the Mosques or Churches, they were the same, but never called as a zine. There were some limitations that confuse me, because what we are doing is just the same. It would depend on the internal rules of the group itself. So if the zine used to be free from the borders, now zine needs to free itself from its own rigid definition, seemingly....

**Farah Wardani:** So like it is like what Wendy said about college student press, which was "flirtatious", now even zine has become already "flirtatious"?

**Nuraeni Juliastuti:** If the limit is just the theme, I want to elaborate that it was previously not normal when common media talked about punk or other youth culture. But now a big media like Kompas has an edition on the youth people every Sunday, which discusses something that was impossible to be included in a media like



Dari kiri ke kanan  
From Left to Right:  
Nuraeni Juliastuti, Wendy  
Putranto, Ika Vantiani, Pam

medianya sendiri bukankah akan menjadi polusi suara dan euphoria terhadap kebebasan itu?

**Dimas Jayasrama:** Pertama saya sepakat tentang pers mahasiswa dengan perdebatannya abadinya, dengan retorika yang sama: Mau kemana pers mahasiswa itu sebenarnya? Tapi ada yang menarik di situ, bahwa pers mahasiswa bukan media alternatif untuk melawan siapapun karena ia lahir dan hidup sebagai dirinya sendiri.

Saya tidak sepakat dengan yang Wendy katakan bahwa *zine* itu tidak punya tanggung jawab, karena apa bedanya kemudian dengan majalah Cosmopolitan? Majalah-majalah seperti itu juga sama tidak bertanggung-jawabnya, karena melempar satu wacana yang bisa menghasut banyak orang dan membuat konsumen kemudian mengidentifikasi dirinya lewat majalah...

**Farah Wardani:** Ya, karena kita tidak dapat memojokkan media yang mainstream seperti Kompas atau Tempo karena media tersebut tetap dibutuhkan oleh masyarakat. Ini hanya masalah sudut pandang yang berbeda. Dan rekomendasi dari Pam tadi tentang kebebasan memiliki media sendiri, membuat saya ingin bertanya, apakah benar keadaan seperti itu yang memadai? Karena kalau kita bicara perubahan, keadaan memang telah berubah dan media alternatif bagi saya adalah satu sarana yang berhasil selama ini dengan waktu yang cukup tepat – tidak sampai 10 tahun bahkan – sebagai agen perubahan di masyarakat...

**Wendy Putranto:** Ada sebuah kritik untuk *zine*. Dengan kebebasannya mereka kemudian berlomba-lomba untuk menjadi “cool” dan menjadi salah satu daya pikat bagi semua orang. Mau tidak mau hal itu kemudian menjadi industri. Bahasa *zine* menjadi tidak fokus sebagai sebuah ekspresi individual, tapi lebih sebagai

Kompas. So if the common media has written about that, the remaining limit of the media was the spirit and identity of the person who create it.

**Pam:** That was something I have wanted to point out, why is there always a limitation in creating media? The real point is that everybody could create their own media to represent themselves...

**Farah Wardani:** But if everybody has his/her own media, wouldn't it become like a sound pollution or euphoria of the freedom?

**Dimas Jayasrama:** Firstly, I agree with you on the eternal debate on student press, which brings the same rhetoric: where are we going to bring on the student press actually? But there's something interesting, that student press is actually not alternative media to fight against anyone, because they were born and lived for themselves.

Furthermore, I disagree with what Wendy said, that *zine* does not have any responsibility, because how is it different with Cosmopolitan magazine? Those magazines are not much different in terms of their responsibility. They just throw a topic that can provoke a lot of people and make all consumers identify themselves through the magazine...

**Farah Wardani:** Yes, we cannot put the mainstream media like Kompas or Tempo in the corner because those media are still necessary for public. The problem is just about different perspectives. Pam's recommendation about the freedom to have our own media makes me want to ask, is that the condition that is really proper? Because if we talk about changes, the condition has already changed and alternative media for me is a successful tool so far, within the suitable period of time – not even 10 years – as an agent of change in the society...

**Wendy Putranto:** There is a critique for *zine*, through their freedom they always try to become “cool” and attraction for everybody. Undeniably, it becomes industries. The language in *zine* become unfocused as an individual expression but as “Business of attitude”, in which we are free to write with dirty words without having to pay attention to the journalistic ethics...

Then on the weblog problems, weblog's

"business of attitude", di mana kita kemudian bebas menulis dengan kata-kata kotor tanpa mengindahkan etika jurnalistik...

Kemudian untuk masalah *weblog*, wilayahnya menjadi semakin ekslusif ketika akses internet tidak terlalu luas. Secara tidak langsung saya sepakat dengan Dimas tadi, bahwa hal ini sangat alamiah sifatnya. Kita tidak tahu apakah 20 tahun lagi *weblog* itu sendiri kemudian menjadi fenomena mainstream. Mungkin itu sebuah perjalanan dalam proses berikutnya...

**Ika Vantiani:** Sebelumnya saya mau memberi tanggapan bahwa momen media alternatif itu sendiri sebenarnya cukup inspiratif buat saya. Walau pada akhirnya sekarang zine sudah menjadi istilah karena semua orang sekarang punya "whatever called Indie"—majalah indie, label indie atau band indie yang saya tidak mengerti. Tapi setidaknya, saya senang ketika semua orang termotivasi untuk membuat sesuatu yang dia sendiri punya bersama teman-temannya dan mereka tidak peduli masyarakat suka atau tidak. Mungkin "sense of coolness" tadi keluar ketika akhirnya kita mengekspresikan diri. Selama ini mungkin kita merasa, saya kan bukan penulis, bukan wartawan dan sebagainya. Karena sampai hari ini pun masih banyak orang datang dan bertanya, "Bikin zine itu seperti apa sih? Tulisannya harus menarik, nggak?" Menjawab Farah dan Wendy, segi positifnya disitu, saat sekarang semua orang berlomba-lomba menunjukkan ekspresinya dalam bentuk yang sebelumnya tidak terpikirkan mampu untuk dibuat...

**Wendy Putranto:** Dan kredit mungkin untuk Ika, yang dedikasinya menerbitkan sebuah distribusi Peniti Pink yang menurut saya pertama di sini. Tidak terpikirkan oleh kita semua bahwa zine yang kita buat, oleh Ika didistribusikan ke daerah-daerah lain di dalam atau luar negeri. Ternyata distribusinya sendiri bisa lebih meluas dari sekedar melayani komunitasnya.

Mau tidak mau, *scene* musik independen di sini pun sudah menuju ke arah industri. Dan mungkin nanti akan ada fase munculnya media alternatif yang lain lagi. Dan mungkin majalah-majalah independen seperti 'Ripple', 'Outmagz', 'Blank!', 'Pause' yang nanti akan menjadi cikal-bakal industri indie. Dari majalah yang semula

area becomes more and more exclusive when the internet is not very widely accessible. I indirectly agree with Dimas, that this phenomenon is very natural. We would never know whether in the next 20 years weblog will become a mainstream phenomenon. Maybe there will be another development in the next process...

**Ika Vantiani:** In advance, I would like to respond that the moment of alternative media is quite inspiring to me. Even though in the end zine has become a term, because everybody has "Whatever-called Indies"—indie magazine, indie label, indie band—which I don't quite understand. But at least I am pleased that everybody has a motivation to create something they have with their own friends, and they don't care whether people likes it or not. Perhaps the "Sense of coolness" emerges when we finally express ourselves. So far each of us might think, "I am not a writer, journalist and whatsoever", because up until now many people come and ask me, "How can we create a zine actually? Does the article have to be interesting or not?" In reply to Farah and Wendy, the positive side is there, especially when everybody competes to show up their expression in the forms that they thought unworkable.

**Wendy Putranto:** My credit is for Ika who dedicates herself to create a distribution agent called Peniti Pink, which from my point of view, is the first one. We have never thought that every zine we made has been distributed by Ika to other cities, locally or overseas. Actually the distribution itself can be much wider than just serving its own communities.

Undeniably, independent music scene has become an industry. Maybe, in the future there would be a phase for the emergence of other alternative media. Maybe those magazines like 'Ripple', 'Outmagz', 'Blank!', 'Pause' would be a pioneer for indie-music industry. It expands from a community magazine into much wider area. As we know, Rolling Stone in the beginning was a music fanzine and after 30 years later it turned out into a global media that is published all over the world. It just that it doesn't seem cool anymore reading Rolling Stones, it is better reading Spin. Including Ripple, it seemed to have lost its courage, to me.

hanya untuk komunitasnya sendiri hingga akhirnya mencapai wilayah yang lebih besar. Seperti kita tahu, majalah Rolling Stones awalnya adalah *fanzine* musik dan 30 tahun kemudian Rolling Stones menjadi media global yang terbit di seluruh dunia. Hanya mungkin, sudah tidak "cool" lagi membaca Rolling Stones, lebih baik baca Spin, termasuk Ripple juga yang sudah kehilangan semangatnya, menurut saya.

**Farah Wardani:** Jadi mungkin begini, kenapa saya berkeras mengembangkan apa yang dikatakan Pam tentang kemampuan orang memiliki medianya sendiri. Karena buat saya, belum ke arah itu dulu, tapi lebih melihat bagaimana publik melihat media itu. Kemampuan kritis publik itu bagaimana? Dan apakah bisa diukur?

**Pam:** Akhirnya maksud saya dapat diterima juga... Itu intinya, mengapa saya suka kesal kalau ada orang membuat tulisan lalu ia 'diserang'. Walaupun kadang saya pikir penyerangan itu adalah bahasa tersendiri. Karena orang bisa bicara langsung dan bisa juga dengan tulisan. Kalau pun tidak juga tak apa-apa. Tapi intinya orang berkomunikasi. Kalau tidak, ya seperti itu, kita bisa dengan cepat menuduh seseorang dari apa yang kita lihat berbeda dan kemudian menjadi suatu kesalahan. Ternyata banyak orang yang berpikir, bahwa kita ini sekarang kurang "ngobrol". Kita tidak pernah mengemukakan diri kita seperti apa, selalu direpresentasikan dengan sesuatu yang sebenarnya bukan diri kita....

**Farah Wardani:** Sepertinya komentar terakhir yang mengharukan dari Pam tadi cukup untuk menutup dialog ini. Jadi saya tutup diskusinya karena sudah larut malam dan terima kasih untuk semuanya...

**Farah Wardani:** So maybe it is like this, the reason why I was so insisted to expand what Pam has said about creating our own media, because for me it has not reached there yet. It is more about how the public see that media. How is public's critical ability on such media? And can it be measured?

**Pam:** So finally my perspective is acceptable. That is why sometimes I feel annoyed when somebody critically attacks other writer's article. Even though I think that it is just another language. Because people can talk either directly or through the article, even if they don't, it doesn't matter. But the point is that people communicate each other. If not, it's going to be like that, we might accuse someone from his/her different position and regard it as a mistake. Actually many people think nowadays we actually lack of talking to each other. We have never expressed about how we actually are, and always represented with something that we are not.

**Farah Wardani:** It seems like Pam's last touching comment is good enough to end this dialogue. So I close this discussion because it is already midnight and thanks for everything...

# tigabelasan.

## artist talk: irwan ahmett

ruangrupa, Jakarta, 13 Mei 2003

**Pembicara Speaker** Irwan Ahmett (desainer grafis / graphic designer)

**Penanggap Responder** Kristin Tjahjono (art director)

Moderator Farah Wardani (kurator, kritikus seni / curator, art critic)

**Bersama Along With** Rifky Effendy (kritikus & kurator seni rupa / art critic & curator),

Alex Supartono (kritikus seni & kurator / art critic & curator), Yudhi Surjoatmodjo (kurator, fotografer / curator, photographer)

Editor: Ardi Yunanto, Agung Hujatnikajenong, Andang Kelana

Terjemahan / translation: Agung Hujatnikajenong, Farah Wardani

Editor terjemahan / translation editor: Agung Hujatnikajenong, Dimas Jayasrama

**Irwan Ahmett:** Sebelum mulai lebih jauh, saya ingin memperkenalkan diri dulu. Saya Irwan Ahmett (Iwang), latar belakang pendidikan saya Institut Kesenian Jakarta dengan jurusan Desain Grafis, dan setelah melewati banyak perjalanan, saya mendirikan sebuah *graphic house*, yaitu Perum Design Indonesia (Perdisi).

Dalam kesempatan ini saya mencoba menjelaskan latar belakang desain grafis dan khususnya tentang kekaryaan. Saya tetap memakai istilah desain grafis karena kecendrungan menggantikannya dengan Desain Komunikasi Visual akan memiliki konteks yang lebih luas lagi.

Desain itu sendiri bagian dari seni. Sementara seni terkesan lebih otonom, desain terlihat lebih terpasung. Dia mempunyai batasan-batasan berupa bahasa atau budaya, ada satu strategi yang harus dipikirkan baik dari pengetahuan atau wawasan, juga fleksibilitas dari skill dan teknis. Tapi saya melihat ini tidak secara negatif, tetapi justru dapat membuat kita bereksplorasi lebih kreatif.

Desain grafis adalah suatu seni aplikatif yang paling universal, dengan mudah kita dapat mencantumkan sebuah ‘embel-embel’ *graphic* dalam ruang lingkup kreatif seperti; *motion graphic*, *web graphic* atau *environmental graphic*. Itu sangat luas dalam segi kehidupan kita dan dapat masuk pada hal-hal fungsional yang tak dapat dipisahkan.

**Irwan Ahmett:** Before I start further, I would like to introduce myself first, my name's Irwan Ahmet (Iwang). My major education background is Graphic Design at Jakarta Art Institute. Having some working experiences in graphic design, I established a graphic house, the Perum Design Indonesia (Indonesia Design Corporation/ Perdisi).

On this occasion I would try to explain about the background of graphic design and particularly about graphic works. I am still using the term graphic design because the tendency to replace the term with Visual Communication Design would lead to a much broader context.

Design itself is a part of Art. While art is usually more autonomous, design might look more constrained. Meaning, it has certain limitations such as the language and culture. There is a strategy that needs to be considered, either dealing with knowledge or vision, as well as flexibilities of skills and techniques. But I don't see this as a negative aspect; instead, it makes us exploring much creatively.

Graphic design is the most universal applicative art. We can easily put a label term ‘graphic’ in many scopes of creative works, such as: ‘motion graphic’, ‘web graphic’ or ‘environmental graphic’. It has a very wide application in our live and can include some linked functional aspects. Graphic design can

Desain grafis juga dapat berkomunikasi dengan atau tanpa gambar, ia mampu menjadi sebuah media komunikasi yang sangat kuat.

Saya suka sekali dengan Tibor Kalman, di mana pada awal pembuatan majalah COLORS, ia sama sekali tak mencantumkan kalimat melainkan mengolah visual sebagai bahasa. Mereka membuat isu-isu global seperti HIV atau rasisme dengan kekuatan bahasa visual, *single image*, karakter dan bermain dengan database serta opini, dan ditunjang oleh distribusi yang bagus; oleh karena itu saya bisa mendapatkan majalahnya di Jakarta.

Adalah Bapak Johann Guttenberg dari Jerman, jika kita ingin melihat ke belakang, pada saat desain grafis mulai eksis di masyarakat. Ia mulai mengutak-atik mesin cetaknya, dan mencoba menerapkan *layout* sederhana dengan pemakaian *grid* yang teratur, *font* yang sama, teknik cetak yang semakin baik, teknik *leading* dan *spacing* dan semacamnya. Dan apabila dia ingin menambahkan gambar ilustrasi, maka dibuat secara manual, dengan *extra fee*, tentunya, Guttenberg akhirnya memberikan identifikasi bahwa desain grafis itu sangat identik dengan *print*, karena erat kaitannya dengan masalah produksi, fungsi dan komunikasi.

Waktu berlalu dan desain grafis terus mengalami perubahan. Hingga akhirnya di tahun 1922, bapak pembaharuan desainer grafis Amerika, William Addison Dwiggins, memberikan suatu gambaran bahwa, dalam mendesain lupakan seni. Tugas desainer adalah membuat hasil akhir yang jelas dari suatu pesan, menempatkannya dengan baik dan mengesampingkan hal yang tidak penting. Hal tersebut diperkuat dengan tuntutan masyarakat dan kemampuan penganalisaan.

Jadi membingungkan, karena jalannya terbagi dua, satu pilihan untuk bersikap idealis, dimana karya idealis ini berhubungan dengan penemuan jati diri. Jadi lebih banyak eksplorasi dan pengalaman pribadi, menemukan kegelisahan yang dapat dituangkan dalam desain grafis, memperbaharui kesadaran dan mengolah sensitivitas baru.

Golongan kedua adalah praktisi, yakni mereka yang menggunakan segala kemampuannya untuk mengolah maksud dan tujuan dalam mencari solusi komunikasi. Dan ketiga: "Hanya

also communicate with or without picture. It can be a very powerful communication media."

I really like Tibor Kalman, whom in the beginning of creating COLORS magazine, he did not put any sentences instead of making the visual signs as the language. They worked on global issues like HIV or racism with the power of visual language, single image and character and play with database, as well as personal opinions, with a good distribution support; that's why I can get his magazine in Jakarta.

It was Johann Guttenberg from Germany, whom we should look back to know when graphic design began to exist in public. He began modifying his print machine and tried to apply a simple layout using organized grid, same fonts, better print technique, leading and spacing technique and so on. If he wanted to add an illustration image he can make it manually, of course with an extra fee. Guttenberg finally identified that graphic design was very indistinguishable with print works, because it tightly dealt with the problem of productions, functions and communications.

Time goes by and graphic design kept enduring its changes. Until in the end of 1922, the father of American modern graphic design, William Addison Dwiggins, elucidated that in making design, we need to forget about art. The task of designer is to make a clear, final result of a message, setting it in a good place by setting aside unimportant issues. Those aspects should be strengthened by the public demands and analytical ability.

So it was confusing, because the road has been divided in two. The first choice is to become an idealist and idealistic work relates with the search of identity. So, it is more about exploration and self-experience to find out anxieties that can be applied in graphic design, to renew the collective consciousness and to create a new sensitivity.

The second is to be a practitioner who uses all his manpower to get the goals and targets in looking for the solution of communication. The third group is those who are attentive to the jargon, "Only the designer and God who know the meaning." In this group, designers have extraordinary totality so that he/she can make everything interesting to explore, free from actual

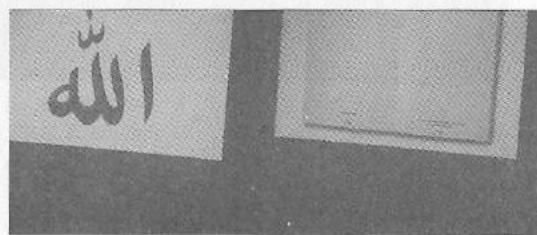
desainer dan Tuhan yang tahu maknanya." Pada kelompok ini seorang desainer memiliki totalitas yang sangat luar biasa sehingga segala sesuatunya menjadi sangat menarik untuk dieksplorasi, sehingga lepaslah keterpasungan dan hierarki yang sebenarnya. Ini sangat menarik, banyak mahasiswa baru yang masuk dalam periode ini. Saya pun termasuk golongan ini sebelumnya...

Khusus untuk Indonesia ada satu golongan lagi: 'Idealis, Praktisi, dan Terpaksa Jadi Desainer'. Saya tidak main-main dalam mencantumkan urutan ketiga ini, karena banyak terjadi dan yang menyebabkan industri kita jadi seperti ini. Memang tidak semuanya negatif, ada juga yang bagus. Tapi mereka kadang tidak punya mentalitas, sehingga menganggap desain sebagai suatu pekerjaan dan bukan sesuatu yang perlu diapresiasi. Mereka ini kadang banyak datang dari latar belakang informatika, kesenian dan kadang juga seniman. Mungkin pengecualian untuk David Carson yang juga seniman, ia baru mengenal desain grafis pada usia 27 hingga dia bersemangat sekali...

Sebetulnya makhluk yang paling bertanggung jawab tapi tidak kelihatan ini adalah desainer. Desain itu sendiri mengalami perubahan, terutama dalam individu desainer itu sendiri, bergerak dari pemecahan permasalahan visual menjadi pengalaman untuk berkreasi. Itu mungkin mengapa kita lebih nyaman dengan media-media baru yang sering dipakai saat ini.

Desainer itu agen budaya. Ia adalah manifestasi budaya dan selalu membawa pesan-pesan budaya, sarat dengan bahasa-bahasa yang dilatar-belakangi dengan budaya tertentu. Seperti apa? Ini unik sekali. Yang jelas para desainer itu sangat obsesif. Mereka merasa original, merasa kreatif, merasa memiliki kehidupannya sendiri, dia merasa tak terpengaruh oleh iklan...

Ada satu pernyataan provokatif dari Sagmeister: "Art Fuck Design", dan saya termasuk yang terprovokasi pernyataan ini. Secara tidak langsung mengatakan bahwa seni itu berdiri berseberangan dengan desain. Di satu sisi seni tidak memandang rendah desain grafis atau desainer, di satu sisi desain grafis tidak memperdulikan seni karena dirinya berbeda dengan seni. Padahal kalau kita lihat dari awal, desain itu bagaikan satu kesenian yang universal. Kalimat-kalimat ini sendiri masih menjadi



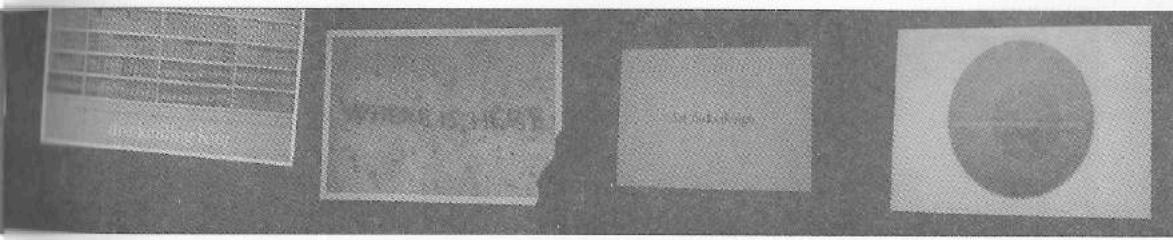
limitation and hierarchy. This is really interesting since many new students can be categorized in this group. Even I am previously part of it.

But for Indonesia, there is one more group, namely: the 'idealistic, practitioner, and must be' designers. I am not joking by putting this third group in this context, because it has happened a lot and caused our industry to become like it is now. Of course, not everything in this group is negative. There is still something good about them. But sometimes they just don't have good mentality, so that they think designing is a job and not something that needs to be appreciated. Many of this people come from different background such as informatics and art, and some of them are artists. Except for David Carson who was an artist and was just introduced to graphic design when he was 27, and it made him very enthusiastic.

Actually, human species that is most of responsible but invisible is a designer. The design itself has endured many changes, especially from individual side of designer itself. Designer shifts from a visual problem solving method to an experience to create something. That might explain why we feel more comfortable with the new media widely applied recently.

Designer is a cultural agent. He/she is a cultural manifestation that always brings cultural messages, full of languages that rooted in specific cultures. Like what? This is very unique. For sure they are very obsessive, they always feel original, creative, have their own life, and not even being bothered by any advertisements...

There is a provocative statement from Sagmeister. "Art Fuck Design", and I was one of designers that is provoked by this statement. Implicitly, it says that art standing across to design. On one side, art doesn't underestimate graphic design or designer, and on the other,



perdebatan kritis di sana.

Perbedaan lainnya adalah tidak ada klien dalam seni, sedangkan desain grafis erat kaitannya dengan klien. Desain grafis adalah mata rantai yang selalu berubah dan beradaptasi dengan wilayah di mana ia dibuat dan dilahirkan. Ada satu contoh menarik dengan masalah digitalisasi yang masuk di budaya kita sekarang. Kalau zaman dahulu orang yang bekerja dalam bidang desain grafis itu mengenal bunyi "spraymount" dan *tools manual* lainnya, sekarang berubah menjadi bunyi "klik" mouse. Revolusi terjadi di sini, komputer membuat segala sesuatunya berubah, membuat teman-teman saya di Grafika menganggur...

"Unlimited Borderless Unknown". Tapi saya kemudian mendapatkan hasil riset yang mengantisipasi komputerisasi. Seiring proses otak manusia yang menjalani sistem kerja yang sama, komputer menjembatani ketidakmampuan manusia dalam hal-hal lain. Komputer kemudian difungsikan dengan menampilkan *tools-tools* yang sangat manusiawi... Tapi nanti ada satu bahasan yang menarik, dimana budaya digital ini kemudian berusaha menjadi "manusia" lagi.

Perkembangan kemudian berjalan sangat cepat. Sebagai perbandingan, tahun 1993 ada 50 website di dunia, dan tahun 2001 ada sekitar 350 juta website di seluruh dunia, dan 30%-nya adalah pornografi. Ini adalah angka yang luar biasa. Dengan angka-angka ini dunia berubah jadi sebuah *shopping mall* raksasa. Bayangkan ada berapa penduduk dan negara di dunia, tapi merk produk semakin sedikit (global). Jika dihitung, perbandingan merk akan sama dengan rata-rata negara.

Sebenarnya yang bertanggungjawab – terutama dalam hal grafis – adalah 4 besar ini: Apple, Adobe, Microsoft, Macromedia. Mereka sangat mengkondisikan kita untuk berubah dari satu pemikiran tradisional yang memakai

graphic design does not care about art because it is different with art. Actually if we see from beginning, design is actually part of art in universal definition. Those assumptions still raise debates among critics in the Western contexts.

Another difference is that there is no client in art, while graphic design has always had tight relation with the client. Graphic design is a chain that always changes and is adapted specifically in the context of where it is made and born. There is an interesting example in the problem of digitalization in our culture now. In the old days people who work in graphic design would always have recognized the sound of spray mount adhesive and others manual tools, while now it has changed to "click" sound of the mouse. This revolution happened as computer changes everything; it even made my friends in the Grafika graphic house jobless...

"Unlimited - Borderless - Unknown". Later on I found a research results that tend to anticipate computerization. With the process of human brain that works at the same system, computer connect the disablelity of human being on other things. Computers show for other functions about the tools that actually humane, but then it would be another interesting language, where digital can be "human" again.

Afterward the development has moved very fast. As a comparison, in 1993 there were 50 websites in the world, and the year 2001 it increased into 350 million, in which the 30% of them are porn websites. It's an incredible number. With this numbers of websites the world has changed into a giant shopping mall. Imagine how many people and country exist in the world. The product brand become has decreased globally. Should we count, the ratio between number of brands and countries would be just similar.

Actually, those who have been really



pendekatan-pendekatan emosional, dari manual menjadi serba digital. Dan ini untuk beberapa saat menjadi bumerang, menjadi terkuning dalam ruang barunya. Kreatifitas kembali terjebak dalam tombol *on/off*.

Masuk tahap selanjutnya, ternyata dunia itu berlalu semakin cepat dan membutuhkan lebih dari sekedar desainer dan seniman yang mampu untuk mengembangkan konsep, layanan dan ide untuk menanggapi perubahan tersebut. Jadi bukan hanya "dibutuhkan desainer lulusan S1 berpengalaman minimal dua tahun" untuk bisa mencari solusi-solusi tadi. Kita butuh desainer yang bisa berpikir global, yang dapat menyikapi isu sekarang...

Secara garis besar, saya akan membaginya menjadi tiga bahasan. Ada mereka yang melawan dengan keterbatasannya, ada gerakan jaringan global yang menghadapi kekuatan struktural yang memang sudah mapan, lalu ada perubahan adaptasi komunikasi visual yang terjadi saat ini. Ada satu contoh disini, Stefean Sagmeister, karya kolaborasi dengan Scott Makela ini sempat dikritik dengan sinis. Kritiknya kurang lebih seperti ini, sebetulnya itu suatu posisi atau intensitas obsesif dari desain grafis/visual yang meningkat untuk bisa lepas dari grafis kontemporer menuju tahapan berikutnya. Saya pikir Sagmeister tidak mundur dari ini, bahkan dia kembali membuat "teror visual" lain yang sangat genial.

Untuk gerakan jaringan global yang melawan kekuatan struktural, saya contohkan dengan ADBUSTERS. Mereka terus menyampaikan pesan Anti-Amerika, Anti-perang, Anti-globalisasi, Anti-TV, Anti-motor, Anti-belanja. Yang menarik, mereka yang terjun disini bukan sekedar desainer grafis sendiri, tetapi juga praktisi lain, seperti penulis, jurnalis, bahkan dari buruh dan sistem kerja kontribusinya.

Lalu yang ketiga, adalah adaptasi visual.

responsible for this phenomenon – especially relating to graphic design – are the Big Four: Apple, Adobe, Microsoft and Macromedia. They have created our state of condition changing from traditional thinking that uses emotional approach, from manual, into digital. Then this phenomenon has become a boomerang for a while, isolating us inside a new room. Creativity goes back to the on / off buttons.

Going to the next phase, the world runs very fast and it has forced the necessity of people who are more than just designers and artists who can develop concepts, services and ideas to respond the changes. So not only does it require "a designer with bachelor degree with at least 2 years experience" in order to seek for the solutions. We also need designers who can think globally, who can respond to recent issues...

In general, I would classify discussion on this matter into three subjects. There are designers who fight with all limitation; there are some global movements that tried to face the power of structural that are already established; and there are some adaptation by some designers that changes visual communication nowadays. As an example, Stefean Sagmeister, whose collaboration with Scott Makela resulted in a cynical critique. Their critique is more less deal with a traditional method that was forgotten in contemporary graphic design but used as a movement to the next step. I think Segmeister didn't move back at that time, rather he remade the method into a genial 'visual terror'.

For global movement that fights structural power, I will put the ADBUSTERS as an example. They have campaigned the anti-America, anti-war, anti-globalization, anti-TV, anti-motor, anti-shopping sentiments. The interesting thing was that the people who join this movement were not only those who come from graphic designer, but



karya-karya Irwan Ahmett  
Irwan Ahmett's artworks

Yang menarik adalah bahwa mereka sebetulnya mencoba memanualkan kembali fungsi-fungsi digital. Seperti halnya karya Vector Scan. Dia membuat mainan menggunakan Sensor System yang bisa mengeluarkan sinyal sendiri apabila bersinggungan dengan medan magnet tertentu. Dan Ryota Kuwakubo yang memakai pendekatan interaktif dengan gambar kotak kubus yang sederhana. Jadi pada saat gambar itu bersinggungan, dia menghasilkan vibrasi yang lain, dan kita diberi kebebasan untuk *men-set up* suatu rancangan. Kita dapat membuat nada sendiri di sini. Alat tersebut dibuatnya pada tahun 2000, saat Indonesia masih marak dengan demonstrasi politik. Ini yang membuat desain grafis mengalami suatu perubahan-perubahan baru.

Tapi kita tidak perlu takut dengan digitalisasi, saya sendiri sangat percaya apa yang diucapkan Bob Gill (dia yang membuat Pentagram di Amerika, sebuah biro desain yang sangat terkenal), "Satu hal yang dapat saya lakukan tapi komputer tidak, yaitu berpikir". Naif memang, tapi saya pikir ini sangat dalam. Dan digitalisasi ini sesungguhnya sangat rentan. Kita sering sekali mengalami kendala-kendala teknis, entah *missing font*, *missing link* dan sebagainya. Itu memperlihatkan ruang rentan yang sangat tinggi. Jadi saya pikir, alangkah naifnya jika menyimpan dokumen dalam format digital apabila kita tidak mampu mengelolanya dengan baik.

Di Indonesia saya belum melihat industri desain yang *tiil* itu seperti apa, karena yang saya lakukan sangat dipengaruhi dari luar negeri, internet, majalah, kontek sana-kontek sini. Secara garis besar saya bisa melihat, membandingkan secara nalar saya sendiri bahwa yang terjadi di Indonesia adalah: Mangga Dua (Komplek Pertokoan di Jakarta Pusat) adalah raja perangkat digital dan klien adalah ratunya karena *software*

also other professionals like writer, journalists, even some labors with their work contribution system.

Then the third is the adaptation of visual communication. The interesting thing was when they actually tried to manualize the digital functions, like Vector Scan's works. He made toys that employ sensor system that can create signals when encountering magnetic area. And Ryota Kuwakubo who used interactive approach through a simple cubicle box images so that when the pictures are crossing to each other, it can produce another vibration, and it gives us a freedom to set up. We can produce our own tone. He made it in 2000, when Indonesia was still busy with political demonstrations. This was the things that made graphic design enduring some new changes.

We do not need to be afraid with digitalization, I believe in what Bob Gill has said. He established the Pentagram, a famous agent design in the U.S. He said, "One thing that I could do but computer couldn't, is to think". It is indeed a kind of naïve, but actually has a deep meaning. The digitalization is actually very fragile. We usually have technical problems, whether on the missing fonts, missing links and so on. It represents a highly fragile space. So I think, it would be so naïve if we save our documents in digital format but we can't manage it very well.

In Indonesia, I haven't grasped how the design industry really is because everything I've done so far came from outer influences, such as the internet, magazines, by quoting here and there. In general, I can see, using my own logic, that what happened in Indonesia are actually the Mangga dua (Mall complex in central Jakarta) becoming the king of digitalization and the client becoming the queen. This is because computer software has always been renewing there, and

dibuat terus-menerus baru, dan harganya semakin murah.

Pengalaman saya di Perdisi, jika saya bandingkan klien yang mengerti pekerjaan kita atau tidak, perbandingannya mungkin hanya 10:90. Sebanyak 90% rata-rata meminta kita mengerjakan dengan cepat. Zinia Nizar, seorang desainer grafis Indonesia mengatakan, "Segala sesuatunya tidak bisa jadi dalam semalam." Untuk desain itu diperlukan riset dan emosi untuk masuk dalam mood.

Fenomena berikutnya di Indonesia adalah, antara Lampu Merah (koran kuning di Jakarta) dan Cosmopolitan, sama-sama mempunyai banyak fans. Dua kelas ini berkembang dan berjalan untuk kepentingannya masing-masing. Sementara di masyarakat bawah itu pun luar biasa. Mereka tidak pernah memperhatikan isu *copyright*, sangat luar biasa dan tak terduga sama sekali. Sangat responsif menurut saya.

Berikutnya ADGI (Asosiasi Desain Grafis Indonesia) yang lebih baik masuk kubur saja. Saya tidak pernah mendengar ADGI membuat apapun di sini. Isu yang saya dengar, ADGI itu vakum, kantornya tutup dan tak bisa ditelepon, tidak bisa membuat Award, tak pernah bisa membuat industri yang baik, juga kebijakan-kebijakan yang bisa mengangkat harkat dan martabat kita yang telah berjuang mati-mati...

Selanjutnya yang sering terjadi juga, adalah: "Menconteklah Dengan Bijaksana" (tertawa). Sebetulnya desain itu proses mencontek. Seandainya kita melihat karya seni yang bagus, kita ambil bagian-bagiannya, lalu dikumpulkan dan menjadi karya yang original. Itu sangat sah. Tapi, kalau sampai terjadi, memang naif contohnya, ada produk trend seperti GAJAH DUDUK, lalu tiba-tiba keluar GAJAH HANDUK (tertawa). Sangat urban. Tapi ini terjadi. Terkadang saya pun mencontek untuk alasan tertentu.

Harga desainer itu murah tapi produk-produknya mahal. Saya tidak mengerti ini darimana, pokoknya pajak-pajak desain itu menjadi terlalu mahal. Materialnya mahal, justru *hardware* dan *software* (bajakan)-nya yang murah, presentasi saya di sini 50% menggunakan *software* bajakan. Harga kertas apalagi, satu kertas sama dengan 2 bungkus rokok, 1 amplop ganja, 1 lembar kertas seharga itu. Sementara jika kita ingin mendapatkan hasil cetak yang baik, itu

their prices are getting cheap and cheaper.

In Perdisi, to compare between the clients who really know my job and don't, the ratio would be around 10 : 90. In average of 90% of them always ask to get our works done fast. Zinia Nizar, an Indonesia graphic designer said, "Everything cannot happen in just one night." In designing something we also need researches and emotion to get in the mood.

The next phenomenon in Indonesia is the emergence of the Lampu Merah (a yellow newspaper in Jakarta) and the Cosmopolitan magazine, both of those have a lot of fans. These media of two different classes have expanded and published for each own purposes. In the mean time, there have been many extraordinary things happening in the low classes people. They never pay attention to the copyright issues. Amazing and unpredictable, they have been very responsive, I think.

The next is about the ADGI (Indonesian Graphic Design Association), which I think better for them is just to die. I have never heard of anything made by ADGI. From the rumors that I heard, ADGI has been vacuum. Their office closed down and we can't call them on the phone. They are not capable of creating any awards and never make good design industry. They could never create any policies that can raise our integrity as designers, which we would fight until death.

What is commonly known among us is the saying "Be a wise plagiarists" (laughing). Actually design is a process of copying. If we see a good artwork, we can take the parts and collect them altogether to become an original work. That is legal. But, an interesting thing happened here, even though this is a naïve example. There has been a trendy product called GAJAH DUDUK (literally 'sitting elephant'). Then there suddenly came out another product called GAJAH HANDUK (literally 'towel elephant') (laughing). So urban, but it happens. Sometimes I do the same thing for some reasons.

Designers' fee is cheap but their products are expensive. I don't understand why. The thing is that the design taxes have become more expensive. The material is expensive, but the hardware and software (pirated illegally) are cheap, 50% of my presentation here is

perlu kualitas kertas yang baik pula. Dan ternyata di sini desain itu berkembang karena tuntutan pasar. Jika kita harus mampu membentuk pasar, itu sangat sulit. Karena itu masalah-masalah di negara dunia ketiga. Belum lagi masalah SDM, karena desain itu dilakukan dengan *teamwork*, jika satu posisi disitu lemah, ya sudahlah...

**Kristin Tjahjono:** Ini sebenarnya berangkat dari konteks sosial di sekeliling kita. Seringkali kita tidak tahu yang orang lain mau. Saya lihat iklan di Indonesia sudah mulai melakukan pendekatan walaupun banyak keterbatasan.

**Farah Wardani:** Lalu bagaimana dengan proses lobbying-nya?

**Kristin Tjahjono:** Itu butuh waktu lama sekali. Ketika dahulu ada keputusan untuk kembali ke "Bukan Basa-basi", lama-lama itu menjadi basi sendiri. Sementara orang sudah merokok dan tahu rasanya, kenapa kita tidak masuk ke ide untuk mengembangkan *personality attitude* dari brand A-Mild itu sendiri? Bagaimana "Bukan Basa-basi" yang sebenarnya dalam kehidupan sehari-hari...

Pada akhirnya, ketakutan untuk mengeluarkan ide ini datang dari klien itu sendiri, sementara hasil riset mengatakan baik-baik saja. Sekarang setiap konsep iklan harus melewati Legal Department; orang-orang Lawyer dan Public Relation yang ada di A-Mild yang mensortirnya dulu...

Hal-hal seperti kritik dan pembahasan, itu umumnya ada di negara yang sudah maju. Klien sendiri akan berpikir tentang tertangkap atau tidaknya pesan dari iklan ini. Di satu pihak, kita pun bicara massa... Tapi ada beberapa brand yang ditujukan untuk level tertentu dan berbicara dengan bahasa mereka. Karena iklan tanpa kita sadari menjadi bagian dari pemirsanya sendiri... Saya tidak bisa bilang semua masyarakat Indonesia punya tingkat intelektual yang sama. Cuma pada saat kita berkomunikasi, benda yang kita jual pasti punya market tersendiri.

**Rifky Effendy:** Soal Agent of Change itu menarik juga. Saya pernah lihat di TV, plesetan-plesetan iklan itu malah menarik. Sebetulnya mereka mengkritik iklan, tapi juga membuat pandangan lain terhadap iklan. Jadi iklan itu merupakan sebuah komunikasi tersendiri.

using pirated software. The price of papers is another thing. A paper here is equal to two packs cigarettes, an envelope of pot. Now if want to get a good result of printing we need a high quality paper as well.

Actually, design in Indonesia has developed because of demand of market. If we have to create market, it would be difficult because that is the main problem for the third world countries, as well as the human resource problem alone because design is always done by teamwork. If one of the positions is weak, then forget it....

**Kristin Tjahjono:** It actually departs from social context around us. Most of the time we don't know what other people want. I see many commercial ads in Indonesia starting to approach even though there is still some limitation.

**Farah Wardani:** So how about the lobbying process?

**Kristin Tjahjono:** It takes a very long time. When there was a decision to go back to the idea of "Bukan Basa-basi" (literally "Not a Conventionality", an advertisement jargon of Indonesian cigarette A-Mild) it had eventually become conventional and outdated. In the meantime people already smoke and know the taste, why don't we just go for the idea of improving the personality's attitude from the cigarettes brand itself? How about "Bukan basa-basi" implemented in the daily life?

In the end, the reluctance to show the idea came out of the client itself, while the research result said it was okay. Now every commercial concept has to pass a Legal Department; the lawyers and public relation at the A-Mild (cigarette company) have to sort it first...

Things like criticism and discussion about ads usually work for advanced country, while here is a developing country. The clients would think about whether people getting the message or not from commercials. On one side, we talk about the mass... but there are some brands that only target certain level ands talk in their own language. Because we don't seem to realize that commercial ads are actually parts of the audience. I'm not saying that Indonesian people have a same intellectual level. It's just when we communicate, the products that we sell would create their own market.

Mungkin disini pernah terjadi, waktu Marlboro menjadi Maliboro. Itu adalah kreatifitas, dimana iklan itu ternyata juga mempengaruhi estetika; cara pandang kita terhadap grafis...

**Alex Supartono:** Sumbangan dunia industri iklan ini memang pada perkembangan desain grafis. Sementara orang lain berpikir desain grafis itu ya iklan. Padahal saya yakin kalau iklan adalah salah satu media yang memfasilitasi pencapaian-pencapaian dalam desain grafis...

**Irwan Ahmett:** Jika dilihat lebih detail, itu tentu masalah strategi. Kita membuat strategi dan itu akan saling terpengaruh. Saya pikir banyak isu-isu di periklanan yang dipengaruhi oleh desain grafis, begitupun sebaliknya. IBM dulu pernah membuat iklan, dengan membuat graffiti di New York, dimana *budget*-nya lebih sedikit, dan akhirnya dianggap ilegal, karena mereka mengecat di tempat-tempat ilegal, lalu kasus itu menjadi sorotan media, dan hal itu sendiri kemudian menjadi iklan. Mungkin secara garis besar, kedua hal itu saling bersinggungan untuk menciptakan format baru...

**Kristin Tjahjono:** Komunikasi mengandaikan bahwa ada kode-kode yang dimengerti oleh produser dan pemirsanya sebagai pemakna kode-kode tersebut. Itu tentu sedikit paradoks dengan kecendrungan kreatif dimana selalu ada tuntutan menciptakan sesuatu yang baru. Tapi bagaimana kalian menyikapi itu? Kontradiksi itu sudah ada dalam desain itu sendiri dan kebutuhan komunikasi, mungkin juga sama dengan masalah di dunia seni...

**Yudhi Surjoatmodjo:** Iklan itu tidak jelas sebenarnya. Artinya, siapa sih yang membuat ruang khusus untuk iklan? Iklan itu seenaknya saja. Siapa yang punya modal, ia yang mampu membeli lahan dimana ia dapat beriklan. Itu juga berkaitan dengan tata kota dan segala permasalahannya. Berkaitan pula dengan pemahaman tentang nilai ekonomis iklan dan hal-hal lainnya. Ini tidak sesederhana kita membuat iklan bagus...

**Kristin Tjahjono:** Di banyak kesempatan, iklan adalah iklan. Ruangnya sangat banyak, seperti kita lihat di setiap jeda radio pasti ada iklan. Tapi kalau mungkin anda mengatakan tentang dimana kita beriklan, saya berharap orang Indonesia

**Rifky Effendy:** The thing about 'agent of change' is quite interesting. I've seen on TV, the language game in commercials seems interesting. Actually they criticize the advertising themselves, but it creates different point of view toward ads, so the commercial ads is actually an instrument to communicate. Maybe it once happened here. When the Marlboro brand was intentionally slipped to become Maliboro (a street name in Yogyakarta) that is creativity in which ads actually influence esthetics; the way we see graphic design.

**Alex Supartono:** Contribution from commercial industry has been aimed at the development of graphic design. While people think that is graphic design, it is actually commercial ad. Whereas I believe that commercial ad is a facilitator for the achievements in graphic design...

**Irwan Ahmett:** If we see more in detail, that would deal with the strategy. We indeed create many strategies and they would influence to each other. I think many issues in commercial ads are influenced by graphic design, so does on the other way around. IBM once made commercial ads with graffiti in New York, in which the budget was low. Then it was claimed illegal, because they painted forbidden public spaces. That case was exposed by media and finally become another commercial ad. Maybe in general, both actually links to each other to create a new format...

**Kristin Tjahjono:** Communication assumes that there are certain codes that are equally understood by both the producer and the audience as interpreter of meaning. That is indeed a little bit paradox with the creative propensity where there is always a demand to create something new. But how you guys would stand for that? The contradiction already existed in the world of design and the need of communication. Maybe it is the same as in the art world...

**Yudhi Surjoatmodjo:** Advertising is not actually a clear term. Who would create a special space for ads? Ads can do anything it wants. Whoever has the money, he/she can buy the space to place ads. It also relates to the urban planning and all the problems, as well as dealing with all economic value and so on. This is not as simple as making a good ad.

lebih memilih dalam melihat iklan. Saya percaya kita tidak semudah itu terpengaruh. Orang sadar kalau itu iklan dan tidak akan begitu saja terpengaruh karena itu...

Setiap orang punya kehidupan yang bebas, yang kemudian menjadi *personality brand*, yang lalu kita jual sebagai iklan. Saya sangat setuju sekali tentang ruang, tentang ketidak-seimbangan iklan dengan desain grafis. Buat saya iklan itu adalah media desain grafis yang paling kuat dari segi finansial. Sementara desain grafis itu dapat tumbuh dengan sendirinya, walaupun menurut saya kemudian menjadi sedikit tertinggal karena tidak ada *supporting material*-nya.

Nah, tadi secara mendasar kita berbicara hal yang sama, apa sih yang ada di hati kita ketika membuat desain atau apapun yang kita mau orang lain mengerti. Di sisi lain, saya juga setuju kalau sekarang ini masyarakat Indonesia sangat konsumtif. Lalu persoalan ruang itu sendiri sangat berkaitan dengan kebijakan pemerintah dan tata kota. Iklan punya uang sehingga berkuasa...

**Irwan Ahmett:** Yang jelas periklanan itu lebih sejahtera daripada desain grafis.

**Farah Wardani:** Tapi berkaitan dengan ekspresi, tentu ada banyak masyarakat yang menikmati iklan. Masalah hubungannya dengan seni, seperti juga desain grafis, tentu juga selalu ada keresahan tersendiri di dalamnya...

**Irwan Ahmett:** Intinya, saya selalu ingin mengemas sesuatu agar saya bisa berkomunikasi lebih baik dari satu topik, mempelajari dan melihat kemungkinan-kemungkinan, lalu saya coba mengapresiasi... Pada saat itu, permasalahan visual menjadi tergantung pada selera. Memang, pada akhirnya masalah ruang itu lebih besar di desain, karena iklan sudah punya batasannya. Misalnya harus dipasang pada *billboard* dengan ukuran sekian. Tapi di desain grafis kita bisa membuat *postcard* dan sebagainya, sehingga menjadi lebih luas. Memang ruang ekspresi lebih kuat dalam desain grafis, sedangkan pada periklanan, lebih kaya pada masalah distribusi dan penempatan...

**Kristin Tjahjono:** In some occasions, ads are just ads. There are a lot of spaces; it is like when we find within each interval of radio programs, there must be some ads. But if you said about where we should put on the ads, I hope Indonesian people would have more options in seeing ads. I believe it is not so for us to get influenced. People might realize that it is an ad...

People have their own lifestyle, which becomes a personality brand and could be sold as an ad. I fully agree about the space, which creates imbalance between ads and graphic design. To me, advertisement is a strong media for graphic design, seen from a financial point of view. In the mean time, graphic design can develop automatically, even though I think it would get left behind because there are no supporting materials.

Well, we basically talk about the same thing. What would be inside our mind when we want to make a design or anything that is hoped to be understood by other people? On the other side, I agree that at this time our people are very consumptive. Then, the space itself is indeed much related to the government's policy and urban planning. Ads have the money that can make it powerful...

**Irwan Ahmett:** Certainly, ads are more profitable than graphic design.

**Farah Wardani:** But about the expression, of course a lot of people can appreciate a commercial ad. Like other problems related to art, graphic design always has its own concerns...

**Irwan Ahmett:** Basically, I always design something to communicate better than just a topic. I have to study and look for all possibilities. Then I would try to appreciate it myself... At that time, any visualization would depend on taste. Of course, in the end, the space issue is bigger than just a design because advertisement has its own limit. For instance, it has to be in a billboard with certain size. But in graphic design, we can make postcard and other so that it can reach a wider scope. Certainly, the expression is much stronger in graphic design, while in advertisement, we deal more with the distribution issues and placement...

# tigabelasan: sejarah bioskop history of cinema

ruangrupa, Jakarta, 13 Mei 2003

**Pembicara** Speaker Antariksa (peneliti, pengurus Kunci Cultural Studies Center, Yogyakarta / researcher, member of Kunci Cultural Studies Center, Yogyakarta)

**Moderator** Farah Wardani (kurator, kritikus seni / curator, art critic)

**Bersama Along With** Dimas Jayasrana (seniman / artist), Lulu Ratna (pendiri dan pengurus Boemboe / founder and member of Boemboe), Katinka van Heeren (peneliti / researcher), Indra Ameng (seniman, project officer ruangrupa / artist, program officer of ruangrupa), Ade Darmawan (seniman, pimpinan ruangrupa / artist, director of ruangrupa)

Editor: Ardi Yunanto, Agung Hujatnikajenong, Andang Kelana

Terjemahan / translation: Agung Hujatnikajenong, Farah Wardani

Editor terjemahan / translation editor: Agung Hujatnikajenong, Dimas Jayasrana

**Antariksa:** Arah penelitian ini sebenarnya ingin melihat perkembangan antara gagasan kemajuan dan minat saya terhadap industri seni pertunjukan, khususnya bioskop, dimana wacana kemajuan itu secara garis besar selalu dikaitkan dengan teknologi audio-visual.

Dipelopori Amerika sejak tahun 1930-an, bisnis bioskop mulai dikaitkan dengan bisnis lain, seperti pakaian, rokok dan minuman ringan. Dari Lollypop, Popcorn, hingga Coca Cola setelah Perang Dunia II, yang kemudian diinternasionalisasikan. Bioskop Indonesia sendiri baru pada tahun 1950-an mulai terkait dengan bisnis-bisnis lain tersebut. Sebelum itu, bioskop hanya sebagai tempat pemutaran film, dimana kemajuan teknologi itu dipamerkan, seperti kamera foto, hingga kemudian radio.

Kemajuan di Indonesia dalam hal ini muncul pada masa Dandels di tahun 1870, di mana Undang-undang Agraria diberlakukan. Setelah itu, orang-orang asing mulai membeli dan memiliki tanah, yang kemudian dijadikan perkebunan, pabrik dan lain sebagainya. Bahkan bangsawan Jawa tidak punya hak untuk mengelola perkebunan, mereka hanya diberi jatah sekian persen dari hasilnya. Kepemilikan tanah tersebut terkait dengan gagasan kemajuan. Setelah itu, muncul jalan raya, jalur kereta api, hingga meningkatnya urbanisasi, nilai-nilai baru, dan moralitas baru. Masa itu bersamaan dengan

**Antariksa:** The direction of this research is actually to observe the development of the idea of progress along with my interest in showbiz industry, especially cinema, in which the development has been generally related to the audio-visual technology.

Initiated by the United States in 1930's, cinema business has been linked with other business like clothing, cigarettes and soft drinks. After the World War II, everything from Lollypop, popcorn, to Coca Cola, were internationalized. Indonesian cinema had just started to link with those businesses in 1950's. Previously, cinema is only for film screening, in which the newly advancing technology, like photo camera to radio, were introduced.

A later development in this field in Indonesia existed during the Dandels (a Dutch governor) era in 1870, when the law of agrarians was implemented. Subsequently, some foreigners began to buy their own lands, which afterward turned into plantation, factories and so on. Even Javanese royal courtiers could not have the rights to run the plantation; they only got small percentage from the product. The land authorization system itself related indeed to the idea of progress. Later on, highways and railways were built, until the urbanization, new value and new morality began to emerge. In that era, the ethical period was established during the shift of centuries, from 1890s

diberlakukannya zaman etis pada pergantian abad dari tahun 1890-an hingga 1990-an, dimana sekolah dibangun, penerbitan buku dalam bahasa Melayu diberlakukan, kemudian berkembangnya industri perkebunan dan batik di kota baru seperti Solo, Batavia dan Yogyakarta.

Sebelum muncul bioskop pertama di Indonesia, sekitar 2-3 tahun sebelumnya di Jakarta ada seorang Belanda bernama Talbot dan seorang Perancis yang mulai membuat "gambar hidup", berupa rangkaian foto yang disusun, yang biasanya diputar di taman Monas dan depan stasiun dan pasar.

Bioskop pertama hadir di Tanah Abang pada 5 Desember 1900. Namun ini adalah rumah seorang kaya Belanda yang dirubah begitu saja dengan susunan kursi-kursi. Mereka menjual tiket yang sangat mahal, hingga mayoritas penonton tentu orang Belanda.

Setelah munculnya gedung bioskop ini, gagasan budaya urban kemudian berubah lagi. Mulai banyak perjudian dan taruhan. Judi sebelum munculnya bioskop memang sudah ada, namun tidak dalam kaitan perkembangan dari zaman etis dan kebijakan agraria tersebut. Ini benar-benar perjudian yang muncul karena adanya bioskop. Juga mulai ada preman. Di koran-koran tahun 1900-an, banyak sekali surat pembaca yang mengeluhkan perjudian, pelacuran, dan tawuran di bioskop.

Dengan munculnya gedung bioskop, sedikit demi sedikit seni pertunjukan tradisional keliling juga mulai mati, puncak kematiannya ada di tahun 1930-an. Gagasan bagaimana budaya visual terkait dengan teknologi ini kemudian juga berkembang pada gagasan tentang kelas. Ini adalah Cina dan Slam (menunjuk presentasi slide). Slam itu orang Islam (pengunjung tertawa), ini iklan tahun 1905. Pada masa itu ada beberapa kelas, kelas Loge, kelas satu, dua dan tiga. Kelas Loge itu khusus dengan ruang tersendiri untuk orang-orang Eropa dan kulit putih pada umumnya. Kelas dua adalah orang-orang Tionghoa dan Cina, sebagian besar orang Eropa dan India. Kemudian kelas tiga, itu khusus orang Jawa dan Islam, dimana akhirnya muncul istilah kelas kambing, karena waktu itu orang Islam berjenggot semua, dan mereka nonton di kelas yang paling murah (pengunjung tertawa).

Kemudian kita lihat ada unsur politis di

until 1990s, in which some school started to be built, books were published in Malay language, then development of plantation and Batik industries in some new cities like Solo, Batavia and Yogyakarta were started.

Before the first cinema existed in Indonesia, around 2-3 years before in Jakarta there were Dutch man named Talbot and a Frenchman starting to create "motion picture", something like a sequence of pictures usually shown in Monas courtyard, in front of station and market. The first movie theatre appeared in Tanah Abang on December 5, 1900. But that was only rich Dutchman's house that was transformed with arranged chairs. They sold very expensive tickets, so that the audiences were only Dutch people.

After this movie theatre was established, the idea of urban culture then changed again. Gambling and mass fighting started. Although gambling had been practiced before cinema existed, it was not in relation to the development of the ethic period and agrarian laws. It was really a gambling that just existed because of modern cinemas. There were also bullies. In a newspaper around 1900, many readers wrote expressing their unhappiness about the gambling, prostitution and fighting in the movie theatre.

Upon the appearance of movie theatre, traditional street performance started to extinct gradually. The climax of its loss was in 1930. The idea on how the visual culture related to the technology then developed in the idea of classes. There were Chinese and Slam (pointing to slide presentation). Slams were actually Moslem (audience laughing), and it was an ad in 1905. At that time there were several classes, namely, loge class, first, second and third class. Loge class was for European and white people in general. Second class was Chinese and Chinese descents, most part were also European and Indian. Then third-class was for Javanese and Moslem, which was finally named 'goat class' because at that time all Moslem people had beard, and they watched in the lowest class or the cheapest (audience laughing).

Then we could see political aspect here. In the nationalism movement in Indonesia, Islamic organizations started to emerge. It was one of the Dutch people's ways to describe class separation. The highest class always decided everything,

sini. Dalam gerakan nasionalisme Indonesia, organisasi Islam mulai tumbuh. Dan ini salah satu cara Belanda untuk memaparkan pembagian kelas. Yang diatas menentukan semuanya dari politik hingga moral; yang nanti akan kita bicarakan lebih lanjut.

Sebelum iklan ini (dalam presentasi slide diskusi ini), sebenarnya laki-laki dan perempuan dicampur, tapi kemudian orang-orang Islam di Jakarta protes. Akhirnya dibuat terpisah untuk laki-laki dan perempuan bagi kelas Islam, kecuali bagi suami-istri.

**Lulu Ratna:** Suami-istri di tempat tersendiri?

**Antariksa:** Sayangnya saya tidak tahu, tapi dibolehkan suami-istri itu nonton bersama.

**Dimas Jayasrana:** Bagaimana orang-orang Islam itu punya kekuatan untuk memaksa hingga itu terjadi?

**Antariksa:** Saya tidak punya data tentang hal itu. Tapi pandangan saya adalah bahwa film adalah salah satu pembentukan moral. Film pertama yang diputar itu adalah film dokumenter, yang digunakan untuk menunjukkan tingginya moralitas orang-orang Eropa dengan menampilkan kemewahan. Jadi Belanda sangat punya kepentingan dalam film, sasaran mereka adalah kelompok-kelompok yang punya potensi melawan. Sebagian kemudian mudah diatur, namun Islam sendiri punya kekuatan yang cukup besar waktu itu. Ada satu kasus sekitar tahun 1911-1912-an, dimana satu bioskop diboykot oleh orang Jawa dan Islam, karena menampilkan gambar-gambar yang bertentangan dengan keyakinan mereka, misalnya, perempuan berkulit putih yang kelihatan baik-baik, tapi setelah bertemu dengan lelaki ia berciuman (pengunjung tertawa). Pemboikotan itu saya kira yang pertama, terjadi di dua kota, Jakarta dan Semarang. Kemudian terjadi lagi tahun 1960-an ketika PKI dan Serikat buruh dan pekerja film memboykot film-film Amerika.

**Ade Darmawan:** Waktu itu agen pemutaran film itu perorangan atau bagaimana?

**Antariksa:** Perorangan. Waktu tahun 1900 itu baru si pemilik, belum ada nama, kemudian bernama menjadi Royal Base. Pada tahun 1900, hanya dia satu-satunya yang mendatangkan film

from politics to morality, which we would discuss more later on. Before this ad (pointing on presentation slide), actually men and women were put together, but then Moslems in Jakarta protested it. Finally they made men and women separated for Moslems, except for husband and wife.

**Lulu Ratna:** Husband and wife were put in a specific place?

**Antariksa:** Unfortunately I do not know, but they allowed husband and wife to watch the movie together.

**Dimas Jayasrana:** How did the Moslems get the power to enforce such regulation?

**Antariksa:** I do not have any data about that particular matter. But my point of view is that film is one of ways to observe the configurations of morality. The first movie they showed was a documentary film, which was used to show how high was the morality of European, by demonstrating their luxury. So the Dutch people actually had some agendas through film. Their targets were people who might potentially resist them. Some of them were under control, but Islam was quite powerful at that time. There was a case around 1911-1912s, in which Javanese and Moslems boycotted a movie theater because it showed a film that was contradictory with their beliefs. For example, a white woman who looked nice, but after she meet a man, they kissed (audience laughing). That boycott was the first one, which happened in two cities, Jakarta and Semarang. Then it happened again in 1960s when PKI (Indonesian Communist Party), the Labor party and film workers banned American movies.

**Ade Darmawan:** At that time, the importing agent of the movie was individual?

**Antariksa:** Yes. In the year of 1900 they only used the name of the owner, not special name yet. Then it became the Royal Base. In 1900, he was the only one who imported film to the Dutch Indies, and it happened until the year of 1905. After that, there were 2 movie agents who imported the movies. So in the beginning of 20th century they were usually both importing agent and owner of the movie theater at the same time.

**Dimas Jayasrana:** When did the tickets bro-

ke Hindia Belanda, itu berlangsung hingga tahun 1905. Kemudian terdapat 2 agen pengimpor film lainnya. Jadi biasanya mereka agen pengimpor awal abad 20 sekaligus pemilik gedung Bioskop.

**Dimas Jayasrama:** Kemudian muncul juga budaya calo?

**Antariksa:** Saya tidak sempat mewancarai orang di dunia film tahun 20-30'an yang mayoritas sudah meninggal. Tapi di sebuah majalah khusus film tahun 1951, ada surat pembaca yang mengeluhkan bahwa calo sudah semakin banyak. Sebelum tahun 50'an saya tidak tahu.

Kemudian tahun 1916 mulai ada undang-undang film yang dikaitkan dengan moral. Karena pada tahun 1916 film Amerika mulai masuk, yang sama sekali berbeda dengan film Eropa yang mayoritas dokumenter. Mereka mencukupi paha, pantat, buah dada walau belum seberani blue film. Oleh Belanda hal itu dianggap berbahaya karena merusak citra moral kulit putih. Kemudian mulai ada komisi sensor, walau masih kacau balau. Seperti sekarang, lebih banyak badan sensor main potong saja.

Tahun 1916-1925 mulai ada sensor. Ada pasal yang menarik, di mana pegawai badan sensor negara boleh sewaktu-waktu melakukan pemeriksaan ke gedung bioskop, dan diatur dalam pasal yang jelas, bahwa pemilik bioskop tidak boleh menolak untuk memberikan fasilitas-fasilitas ini dan seterusnya, di situ mulai terlihat campur tangan negara dalam bidang moral yang berkaitan dengan film.

Berkaitan dengan pertanyaan Dimas tadi, apakah ada golongan-golongan pribumi yang menonton? Tentu ada. Dengan cara, karena mereka tidak bisa masuk bioskop karena selalu ada pengawas, jadi film yang masuk Hindia Belanda mereka sogok dulu badan sensor sebelum disensor. Kemudian mereka melakukan pemutaran di hotel atau di rumah orang kaya pribumi dengan sebagian golongan Eropa yang ikut menonton. Jadi mereka bisa menonton film yang belum disensor.

Tapi kemudian konsekuensinya di bioskop, banyak sekali keluhan karena film-film itu terlalu pendek dan tidak ada ceritanya karena dipotongnya ngawur. Akhirnya hanya orang kaya saja yang bisa menonton lengkap, kalangan menengah kebawah harus menonton

kers start to appear?

**Antariksa:** I didn't get any chances to interview people in Indonesian cinema field in the 20s-30s, whose majorities have already died. But in a small special film magazine in 1951, there was a letter from reader that stated about their unhappiness about the highly increasing numbers of ticket brokers. Before the year of 50s, I do not know.

Then in the year of 1916 there was law on film that relates to morality because in 1916 American movies came in, and they were very different to European movies, whose majority was documentary. In the movies they could find the actors and actresses' legs, butts, and breasts, even though they were not as far as porn movies. Dutch people found that quite dangerous because it could ruin the image of white people. Then a censor commission was established, even though it was still not good enough. Just as it is now in Indonesia, what the commission often did was just cutting the films off.

In 1916-1925 the censorship system started. There was an interesting policy section, in which the state's censorship agent could inspect the cinema at anytime, and it was managed in accordance to a clear policy article saying the owner could not reject to provide facilities and so on. In this case we can see clearly government's intervention in the morality related to development of film.

Regarding Dimas' questions, whether there were any local people who could watch, the answer is certainly yes. But since they could not get the access to see the cinema due to the system, they bribed the censorship agent first before the film coming to the Dutch Indies got censored. After that they screened the movies in a hotel or in a rich local people's house along with part of European people who came along to watch. So they could watch any movies before they got censored.

But then in the movie theater, there were a lot of complains because the movies became too short and had no clear story because it got cut very sloppily. So then only rich people could see the movies in full version, while middle up to lower classes people could only watch it partially. Finally the cinema theater made a kind of strategy by making 'assorted film': a film constructed by several cut-off films that is compiled into one



film potongan. Akhirnya Bioskop membuat strategi berupa film sortie; kumpulan potongan-potongan film, dikumpulkan menjadi satu. Itulah yang ditonton oleh orang pribumi di kelas paling bawah. Jadi untuk kelas kambing seperti yang tadi saya bilang, setelah munculnya ordonansi 1916 dan kemudian 1965, orang-orang pribumi hanya menonton film-film sortie.

Saya sempat mewawancara teman saya yang sempat mengalami masa itu. Suasana kala itu sangat kacau, orang-orang berteriak, ada yang bercinta di belakang dan macam-macam. Karena ada data tentang munculnya kebiasaan seksual baru di bioskop.

Untuk kelas bioskop yang lebih mahal, mereka memutar film-film baru, sementara bioskop murah memutar film yang lebih lama dan filosofis. Tahun 1926 mulai ada film berbicara di Amerika, namun baru masuk Indonesia tahun 1929.

Kemudian ada pembagian bioskop *sound* dan bioskop *silent*, hingga terjadi kelas lagi, yang kaya nonton di bioskop *sound*, yang miskin di bioskop *silent*. Saya belum menemukan data apa yang terjadi di luar negeri, tapi sekitar tahun 1915 hingga 1920'an, improvisasi teknologi itu sudah ada di Indonesia, misalnya dengan memutar film, kemudian di belakang ada yang bicara untuk mengisi suaranya (pengunjung tertawa).

Jadi sebelum 1929 itu sudah ada film yang diisi suara. Waktu jaman Jepang, karena film yang diputar itu berbahasa Jepang, dan film Jerman sekutunya, orang-orang tidak mengerti. Akhirnya sebelum film diputar, biasanya ada juru cerita (pengunjung tertawa), dia menceritakan sinopsis. Biasanya juru cerita itu si pemilik Bioskop, atau wakil pemerintahan Jepang jika ia tidak mengerti bahasa Jepang. Dan tentu saja sinopsis ini sudah ditafsirkan, jadi seperti kritik film sebelum film itu dimulai (pengunjung tertawa).

piece. It was the film that most of lowest class people watched. So it was more precisely for the 'goat class' people like I said before. After the ordinance in 1916 and 1965, the local Indonesians can only watch such assorted films.

I interviewed my friend's grandmother who underwent through that period. At that time the situation in the most of movie theaters was chaotic: people shouting, making out at the back and so on. There is a data on the rise of new sexual habit in movie theater.

For a more expensive class of cinema, they played new movies, while cheaper class only played older and philosophical films. In 1926 there started the films equipped with sound in the United States, but they just came to Indonesia in 1929.

And then there emerged a division between sound-equipped and silent cinemas, so there was another class group. The rich went to the sound-equipped cinemas, and the poor to silent ones. I haven't found any data about what happened abroad. But around 1915 to 1920s, there was such a technological improvement happened in Indonesia, for instance they played the silent movie then there was voice dubbing by people behind the screen (audience laughing). So before 1929 there had already been 'sound movies' in Indonesia.

During the Japanese era, since the movies that were mostly screened were in Japanese and German language, local people did not understand. So before the movie was screened, usually there was a narrator telling the film synopsis. The narrator is often times the cinema owner, or representative of the Japanese government, who can understand Japanese language. And of course, the synopsis was already interpreted, so it is like a film review before the movie started.

Then in 1940 there were policies that rule

Kemudian tahun 1940 ada ordonansi yang mengatur sensor besar-besaran. Saya akan lanjutkan dengan kebudayaan yang mulai berubah seiring dengan budaya visual itu. Tahun 1940-an seorang penulis Jawa dengan nama samaran Anak Kota Mini (pengunjung tertawa), bercerita tentang permainan tradisional anak-anak yang mulai hilang. Jenis permainan bertambah dengan koboi-koboian, pistol-pistolan, pelepas pisang jadi kuda-kudaan, tali jemuran dijadikan laso (pengunjung tertawa). Perubahan itu juga terukam pada novel Student Hijau, karya Marko Katrodipromo, yang menggambarkannya dengan penggunaan bahasa belanda, lampu listrik, nonton film di bioskop, pergi ke restoran, dan minum limun (pengunjung tertawa).

Kemudian di zamannya, PKI menuntut pengurangan pajak untuk masuknya film-film India, Melayu, Filipina, dan sebaliknya menuntut pemboikotan film-film Amerika. Masa 1960'an yang sangat keras, sampai ada pembakaran gedung-gedung bioskop yang tetap memutar film Amerika.

**Pengunjung:** Apa kemudian yang membuat budaya visual begitu berpengaruh pada masyarakatnya?

**Antariksa:** Saya tidak mau mengatakan pengaruhnya sangat kuat secara langsung, tapi ini selalu didukung oleh struktur ekonomi dan politik tertentu. Jika kembali pada awal abad 20, alasan orang menonton pun punya latar belakang politik etis, membolehkan pribumi mengikuti gaya hidup barat lewat buku, bioskop, tentara dapat diskon, bangsawan dapat diskon, orang Islam diberi harga murah. Ada politik etis di situ.

Setelah tahun 1930-an ketika mulai ada koneksi dengan Amerika, ada kepentingan ekonomi dan politik yang sangat besar. Seperti ketika terjadi perdebatan besar dari tahun 1940-an tentang perbedaan Barat dan Timur, kita harus jadi Barat untuk modern, atau berbagai komentar lainnya. Juga di tahun 1940-an, orang pergi ke bioskop juga didukung oleh gagasan tentang sebuah negara baru. Pada masa itu banyak kedutaan besar yang ditutup karena hancur, dibakar, atau dijadikan markas tentara. Industri bioskop bisa dikatakan mati, dan mereka membangunnya lagi dengan cara menjadi bioskop sebagai tempat pengumpulan amal,

out the censorship everywhere. I will continue with the changes in culture the came along with this new visual culture. In 1940s, a Javanese writer with pseudo name 'Anak Kota Mini' (literally: "a boy from a mini town", audience laughing), talked about traditional game that started to vanish. The variety of games was added up with children's playing cowboys, gun toys, peel from banana tree turning to horse toys, laundry strings turning to lasso (audience laughing). That transformation was also recorded in the novel of Marko Katrodipromo entitled "Student Hijau", which describes it using Dutch language of some new terms such as 'electrical lamps', 'watching films in cinema', 'going out to restaurant', and 'drink lemonade' (audience laughing).

During the era of PKI (Indonesian Communist Party), the party asked the government to reduce import tax for Indian film, Malays, Pilipino, and in contrast they demanded to the boycott of American films. It was a tough 1960s era, in which some cinemas that screened American film were burnt down.

**Audience:** So what has subsequently made the visual culture so influential to the society?

**Antariksa:** I wouldn't say that the influence was strongly accepted in a direct way, but it has always been supported by certain economic and political structures. If we return to the early 20th century, the reason why people watched movie dealt with politics of ethic that allowed local Indonesians to follow western lifestyle from books and cinemas, in which army and royal class could get discount, while Moslem got cheaper price. Dutch's politics of ethic was the background.

After the year 1930s, when the official relation with the United States started, there were economic and political agendas. It was like when there was a big debate that started from 1940s' about the difference between West and East, in which we had to turn to Western to become modern, or like many other arguments. Also in that era, the reason people went to the cinema was supported by the new ideas of a new nation. At that time many foreign embassies closed down because they were destroyed, burnt down, or became an army base. It could be said the the cinema industry was dying and they built it again as a place for fundraising. They sold the idea of



mereka menjual gagasan nasionalisme.

Sayangnya, saya memang tak bisa menyatakan langsung seperti itu, mungkin seperti ini jika dibuat kesimpulannya: kalau budaya visual ingin membuat perubahan di wilayah lain, ia harus didukung oleh gerakan lain, dengan kebijakan negara, misalnya... Karena film kemudian punya peran yang penting. Saya punya kliping tentang bagaimana kotornya kontrak-kontrak dagang antara Indonesia dan Amerika di bidang budaya visual. Segala macam *merchandise* yang menekan Indonesia, karena kalau tidak setuju, ekspor Indonesia yang lain bisa dibatasi.

Seandainya film Indonesia mau bangkit kembali, memang harus ada regulasi yang lebih luas, seperti perdagangan dan lainnya, walau saya tak tahu persis apa yang harus dilakukan untuk mencapai itu. Jelas harus ada strateginya. Tentang kuota saya tidak begitu mengerti, karena itu pernah dilakukan di zaman PKI dan gagal. Film Amerika pernah diboikot sama sekali dan orang tidak mau pergi ke bioskop karena film Indonesia, Malaysia, Philipina saat itu jelek. Lalu mau apa lagi?

**Dimas Jayasrana:** Sedikit menambahkan tentang peran politik dalam menentukan perkembangan bioskop, dulu Usmar Ismail atau Sumandjaya – saya lupa siapa diantara keduanya – pernah mengatakan bahwa kita tak perlu takut dengan gempuran film-film Barat, karena semestinya orang Indonesia punya kecerdasan tersendiri untuk memilih. Tapi pernyataan itu meleset, bukan dalam hal tentang kecerdasan, tapi gempuran itu memang terlalu kuat, sama sekali tidak sederhana karena banyak komponen

nationalism.

Unfortunately, I can't state directly about the influence, but the conclusion is maybe like this: if the visual culture attempts to make changes in other fields, it must be supported by other movements, like the state's policy for instance, because film plays a significant role. I have a media clipping about how dirty the trade contracts between Indonesia and US in the field of visual culture. All kinds of US merchandise have impelled Indonesian exports to the U.S. because if it is not approved, other Indonesian exports to the U.S. can be banned.

If Indonesian film wants to reawake, there have to be a broader range of regulations, in terms of business and others, although I don't know exactly how to achieve that. There have to be some strategies. I don't really understand about the foreign film quota too, since it was done once in the communist era and failed. American movies were boycotted once and people did not want to go to the cinema theaters since Indonesian, Malaysian, Filipino movies at that time were bad at that time. So what else to do?

**Dimas Jayasrana:** I'd like to add a bit about the political influence in determining the development of cinema. Either Usmar Ismail or Sumandjaja, I do not remember exactly, once said that we shouldn't be afraid of the attack of Western Movies, because Indonesian people should have had their own intelligence to choose. But his statement was wrong, not about the Indonesian people's intelligence, but it more about the attack, which has been too strong. It's actually not that simple because there are too many components taking part in there.

**Antariksa:** While the foreign cinema has survived due to its existence that has become a habit or culture, In Indonesia the failure of cinema has been caused by the influence of TV, VCD, and DVD player. Moreover, it is because there is no censor for the original video. Previously when the first TV industry started in Indonesia in the beginning of 1960s in Cipayung which was made for the preparation of SEA GAMES, at the same time the cinemas offered technology that the TV didn't have, starting from the wide screen, the standard of seats, up to the sounds, but still, the cinema couldn't compete.

**Katinka van Heeren:** Didn't that really hap-

yang bermain di sana.

**Antariksa:** Sementara di luar negeri bioskop tetap hidup karena sudah jadi kebiasaan dan bahkan budaya, di Indonesia kegagalan bioskop ditujukan pada pengaruh TV, VCD, dan DVD player. Terlebih karena tak adanya sensor di video orisinal itu. Dulu ketika pabrik TV pertama Indonesia pada awal 1960-an di Cipayung dibuat demi persiapan Sea Games, serentak bioskop menawarkan kecanggihan yang tak dimiliki TV, mulai Layar lebar, standar kursi, hingga *sound*, namun bioskop tetap kalah.

**Katinka van Heeren:** Bukannya itu baru benar-benar terjadi karena adanya TV swasta pada tahun 1993?

**Antariksa:** Untuk Jawa, ya, TV swasta saat itu sudah seperti studio elegan. Tapi untuk luar jawa kontonnya bioskop dimulai sejak satelit palapa. Kemudian mati sama sekali setelah ada RCTI.

**Indra Ameng:** Bagaimana dengan layar tancep?

**Antariksa:** Layar tancep itu berbeda lagi, sebenarnya. Berdasarkan wawancara, pada zaman Belanda film keliling itu disebut Bioskop Pes, karena film yang diputar selalu tentang penyakit Pes di desa-desa. Kemudian bioskop keliling itu dijadikan propaganda pada zaman Jepang. Bahkan data saya mengatakan mereka mendatangkan ahli bioskop keliling langsung dari Jepang untuk itu.

Sampai sekarang layar tancep itu masih ada, yang paling maju di Jakarta dan Bandung. Tapi ketika saya kecil, film tersebut merupakan propaganda partai, dari penemuan Keluarga Berencana, pembangunan 5 tahun Orde Baru, iklan Nyonya Meneer, Djarum, dimana iklan itu juga tetap sebagai propaganda. Kalau sekarang saya tidak tahu film apa yang diputar.

**Dimas Jayasrana:** Di Pasar Minggu, orang tetap tertarik dengan film Indonesia terutama yang bacok-bacokan itu, seperti Barry Prima atau Jaka Sembung. Tetangga saya yang pengusaha layar tancep bilang, dari film yang memang bisa dipilih jika kita punya acara, film Amerika tetap jadi prioritas kedua. Dulu yang top rating tetap Satria Bergitar-nya Rhoma Irama, Dono Kasino Indro; apapun judulnya, Barry Prima; apapun judulnya, dan Advent Bangun; apapun judulnya.

pened due to the emergence of the private TV stations in 1993?

**Antariksa:** Yes, that happened in Java. Private TV station had likely become an elegant studio at that time. But in some other areas outside Java, the collapse of cinema started since there was the Palapa satellite. Then it totally died after the emergence of RCTI.

**Indra Ameng:** How about layar tancap (literally: embedded screen, namely the tradition of holding outdoor movie screening, often in a town square or public space, carried out for low class Indonesian people living in rural area)?

**Antariksa:** Actually layar tancap is very different. Based on an interview, in the Dutch era, such outdoor cinema was called Pes cinema, because they played film about Pes (bubonic plague/disease) in small towns. Afterward, layar tancep became a media of propaganda in Japanese era. Even my data said that they had their own cinema expert from Japan for the layar tancap at that time.

Until now the layar tancap still exists. The most developed ones are in Jakarta and Bandung. But when I was a kid, I saw some films were also used as propaganda of political parties on many issues, from family planning, five years long-term development of New Order government, advertisement of Nyonya Meneer and Djarum, in which those ads still perform as propaganda. Right now I don't know what kind of film they play for layar tancap.

**Dimas Jayasrana:** In Pasar Minggu (a working-class area in Jakarta), people are still interested in Indonesian films especially bloody action ones, such as some series of films featuring Barry Prima (Indonesian action film actor in the '80s) as Jaka Sembung. My neighbor, who is a layar tancap businessman, said that if people can choose, American movies are just the second best. Previously, the tops in rating were films by Rhoma Irama (Indonesian dangdut singer and film actor); Dono Kasino Indro (Indonesia comedian Trio); Barry Prima; whatever the film titles, and Advent Bangun (Indonesian action film actor in the 80s'). In Pasar Minggu, when the film is not satisfying, the moviegoers will knock on the screen poles and the movie finished. It often happens like that. American movies started to encounter the layar



Jadi lebih ke film *action*. Bahkan di Pasar Minggu, ada budaya ketika filmnya tidak memuaskan, penonton akan menonton tiang dan pertunjukan selesai, itu sangat sering terjadi. Film Amerika mulai merambah ke penonton layar tancep setelah film Rambo I. Entah kenapa...

Layar tancep kemudian jadi gengsi tersendiri bagi si pemilik acara. 35 mm itu istilahnya layar lebar, dan 16 mm itu layar kecil untuk kelas menengah ke bawah. Di layar tancep itu juga digelar berbagai perjudian, berbagai keributan untuk mengambil keuntungan, yang terkadang juga sudah direncanakan antara preman dan pemilik.

**Pengunjung:** Bagaimana dengan hak cipta pada layar tancep?

**Antariksa:** Ada organisasinya yang mengurus itu. Dan karena layar tancep adalah pesta, dimana ada dangdut, keconcong, judi, sirkus, hingga kemudian sempat dilarang diadakan pertunjukan film di lapangan terbuka, karena faktor kriminalitas dan keamanan.

Gaya berbagai macam hiburan itu kemudian dilakukan lagi setelah tahun 1940-an. Masa itu film Amerika sulit karena habis perang, lalu film Amerika di boikot, film jadi sedikit, tersisa hanya film Malaysia, India, Philipina. Akhirnya pengusaha bioskop ini membuat hiburan sebelum pemutaran, dari mulai sandiwara, kerconcong, di dalam gedung (pengunjung tertawa). Itulah mengapa di bioskop agak tua, biasanya ada panggung di depannya. Dulu yang paling terkenal di Yogyakarta adalah Gedung Indra; singkatan dari Indonesia Raya. Bahkan pernah ada sebelum pertunjukan film, digelar pertandingan tinju (pengunjung tertawa), sulap, pertunjukan ular, jumpa bintang film atau lomba mirip artis. Itu cara pengusaha bioskop untuk mempertahankan bisnisnya.

Jika melihat dari yang terjadi di luar negeri,

tancap audiences after the Rambo's "First Blood" movie, which I don't know why.

Layar Tancap then became a particular prestige for the cinema owner; 35 mm is the term for wide screen, and 16 mm for smaller screen, which is for middle up to lower class. Layar Tancap had actually created different side events like gambling and chaos to get profit, which sometimes were planned by street bullies and the owners themselves.

**Audience:** How about copyright this Layar Tancap?

**Antariksa:** There was an organization taking care of that matter. Because Layar Tancap is a party where they have dangdut, kerconcong concert, gambling and circus at the same time, until it was forbidden to screen any movies outdoor because of the crimes and public security factors.

Such mixed entertainments style then started again after 1940s'. At that time, American film was having difficulties due to World War II. Then American films were banned, so we could only see a few films, only Malaysian, Indian, Filipino films. The owner finally arranged some entertainment before they screened the movies, from theater plays and kerconcong concerts inside the theater building (audience laughing). That was why in old Indonesian cinema theater we usually find a stage in front of the screen. The most famous one in Yogyakarta is "Indra" Building; a short from "Indonesia Raya". There, before the film is screened, they will have boxing fight (audience laughing), a magician show, a snake dancer show, or even meet the celebrities and "look alike actresses or actors" competition. That's the way the cinema producer manages the business.

If we observe what happened overseas, the culture of watching movie has not died yet. The main factor is the management aspects, which we haven't talked about. For example, when

budaya menonton bioskop itu tidak mati. Tapi masalahnya lebih pada aspek pengelolaan yang memang belum kita bicarakan. Misalnya, ketika film Amerika diboykot, mereka melakukan hiburan seperti itu. Sekarang ini ketika bioskop 21 melakukan monopoli, kita masih punya banyak strategi. Bioskop Mataram, salah satu yang masih hidup dari tiga bioskop di Yogyakarta sekarang, setiap bulan selalu ada *fashion show*, atau pesta-pesta untuk mempertahankan bisnisnya, meskipun Bioskop Mataram adalah jaringan 21 juga, sebetulnya.

Itu dari sisi pengelolaannya. Saya belum mewawancara bioskop di Jakarta memang, tapi sudah untuk beberapa kota di luar Jakarta. Standar 21 itu sangat mahal dari segi peralatannya, jadi butuh modal untuk itu. Belum lagi pajak tontonan dari Pemda yang bisa mencapai 15% (pengunjung mengeluh). Tahun 1950-an kapasitas bioskop bisa sampai 1600 orang, sekarang hanya sekitar 600-an. Bagaimana kemudian jika filmnya tidak laku dan masih dipotong 15%? Pajak tontonan itu harus diregulasi, termasuk regulasi distribusi film dimana 21 yang main kotor ini mestinya dibersihkan (pengunjung tertawa).

**Pengunjung:** Di samping itu juga masalah hak cipta dan pembajakan. Gagasan bahwa bioskop adalah layar lebar dengan *sound system* bagus sangat kecil dipahami orang. Yang penting sudah nonton film, kita bisa beli bajakan dari film yang belum keluar.

**Katinka van Heeren:** Juga harga, VCD bajakan Rp. 3.000, DVD bajakan Rp. 6.000, sementara bioskop 20 ribuan lalu kita kedinginan (pengunjung tertawa)...

**Pengunjung:** Dengan masuknya VCD dan DVD bajakan ke daerah-daerah terpencil, jadi mungkin yang tersisa hanyalah eksotisme. Karena saya pribadi terkadang masih berpikir, untuk film seperti, harusnya saya menonton di bioskop, bukan di DVD...

**Lulu Ratna:** Saya pikir memang karena sejarah kita tidak menjadi saksi penemuan teori itu sendiri. Sampai sekarang, mungkin orang tidak tahu sejarah bioskop seperti yang Antariksa paparkan. Jadi pemahaman itu sangat kurang, hingga orang terus-menerus gagap...

American film got boycotted in Indonesia, they did those kinds of entertainment. The Twenty-One (a cinema corporate tycoon in Indonesia) has indeed monopolized the cinema business in Indonesia, but there are still many strategies. The Mataram cinema, one of three cinema theaters which still run until now in Yogyakarta, often hold a fashion show or party to keep their business, even though it is still part of the Twenty-One network. That's only from the management side. I haven't interviewed any cinema owners in Jakarta, but I have it done for those outside Jakarta. The Twenty-One standards are very expensive from the equipment aspect, so they indeed need investment. We still have to pay the cinema tax to the government, which could reach 15% (audience complaining). In 1950, cinema capacity could reach 1600 audience, but now only around 600. What if the film is not sold well, while they still has to pay 15% for the tax? The tax policy should be deregulated, including the regulation of distribution, in which the Twenty-One that has played dirty should be made 'clean' (audience laughing).

**Audience:** The other problems are also regarding the copyrights and piracy. The idea about the cinema as a wide screen show with a very good sound system is not really understood by most Indonesian people. The important thing just watching the film, which we can buy in pirated version, even on some films that haven't been released yet in Indonesia.

**Katinka van Heeren:** And regarding the price too, pirated VCD is for Rp.3000, pirated DVD is for 6000, but to the cinema we have to pay around Rp. 20.000 and we got cold (audience laughing).

**Audience:** When pirated VCD and DVD penetrated remote areas, maybe what's left about cinema is just the exoticism. Because personally I think I still need to watch some films on cinema, not on DVD...

**Lulu Ratna:** I think it is because our history is not the eyewitness of the invented theory. Until now, maybe people do not know about the cinema history like Antariksa has just presented. So the understanding is very limited and that keeps the people ignorant...

# tigabelasan: gagasan komik dari masa ke masa the idea of comic from time to time

ruangrupa, Jakarta, 13 April 2004

**Pembicara** Speaker Hikmat Darmawan (*editor, pengamat komik / editor, comic observer*)

**Moderator** Farah Wardani (*kurator, kritikus seni / curator, art critic*)

**Bersama Along With** Bambang "Toko" Wicaksono (*seniman, pendiri Apotik Komik, Yogyakarta / artist, founder of Apotik Komik, Yogyakarta*), Uwi Mathovani (*freelancer*), Ade Darmawan (*seniman, pimpinan ruangrupa / artist, director of ruangrupa*), Dimas Jayasrana (*seniman / artist*)

Editor: Ardi Yunanto, Agung Hujatnikajenong, Andang Kelana

Terjemahan / translation: Rani Ambyo

**Hikmat Darmawan:** Dalam tradisi komik yang kuat seperti di Amerika, Eropa Barat dan Jepang, komik selalu menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya masyarakat. Walaupun sekarang tidak, Indonesia pun pernah mengalami masa ini. Perhatikanlah tradisi komik Amerika tersebut, baik di saat ia menempati posisi terhormat maupun ia terpuruk menjadi seni rendahan yang dianggap merusak, komik selalu ikut serta dalam dinamika budaya masyarakat Amerika.

Di masa awalnya, komik Yellow Kid karya Outcault turut melahirkan revolusi media massa. Dua raja media saat itu, Randolph Hearst dan Theodore Pullitzer bersaing menggebrak pasar dengan halaman komik berbasis empat warna dasar. Hearst-lah yang pertama kali memberi ruang bagi komik Yellow Kid yang mengejutkan dengan komentar-komentar sosialnya yang tajam. Sejak itu pula industri penerbitan koran memasuki era baru, yaitu era cetakan berwarna, yang konsekuensinya bagi posisi desain visual dan berita sungguh besar. Yellow Kid bahkan dianggap bertanggung-jawab atas istilah "Yellow Journalism" atau "Koran Kuning".

Dalam evolusinya, tradisi komik Amerika setia mengiringi dinamika sosial-budayanya. Seiring dengan *jazz age*, misalnya, publik Amerika mengenal karya-karya Windsor McKay (seri Little Nemo) dan Georges Harryman (Krazy Kat) yang penuh improvisasi visual. Lalu seiring

**Hikmat Darmawan:** In places where the tradition of comics is strong—such as in the United States, western Europe, and Japan—comics always become an inseparable part of the culture. Although it is no longer the case today, Indonesia has also seen such phase. Observe, for example, the American comic tradition: whether it enjoys a respectable position or sinks to the level of lowly art considered as corrupt, the comic is always present in the cultural dynamics of the American society.

In the beginning, the "Yellow Kid" comic by Outcault played a part in the creation of the mass media revolution. Two media moguls at the time, Rudolph Hearst and Theodore Pulitzer, competed to stun the public with colored comic pages, based on the four primary colors. Hearst was the first one to give a space for the "Yellow Kid" comic, which was astonishing in terms of the sharp social commentaries it delivered. From then on, the newspaper industry entered a new era—the era of color printing—with huge consequences to the aspects of visual design and news presentation. "Yellow Kid" was even considered responsible for the birth of the term "Yellow Journalism."

In its evolution, the American comic tradition has been faithfully accompanying the nation's social and cultural dynamics. With the arrival of the jazz age, for example, the American

dengan Perang Dunia II yang melahirkan "the greatest generation" dan "the lost generation", lahir Superman dan komik-komik DC; cikal bakal majalah Mad yang banyak mengeksplorasi dan mengeksploitasi kekerasan.

Seiring era bom atom (*atomic age*) dan antitesanya; kaum hippie, bermunculan komik-komik dari *science fiction*, *superhero* sampai komik *underground*. Hingga ketika Superman "dibunuh" pada 1993, berita ini jadi isu nasional. Dan di era milenium yang serba visual-virtual ini, semesta komik tak habis-habis didulang untuk industri Hollywood maupun *game* yang gigantik itu.

Tengoklah pula tradisi komik Eropa Barat, khususnya yang dimotori tritunggal Prancis-Belgia-Belanda. Sejak revolusi industri sekaligus estetik yang digulirkan Hergé lewat serial Tintin, komik menempati tempat terhormat dalam tradisi seni Eropa. Tradisi *bande-dessinée* (istilah Prancis untuk komik) dianggap sebagai bagian dari tradisi seni rupa Eropa yang punya sejarah panjang. Para komikusnya sendiri juga tampak memanfaatkan benar warisan tradisi seni rupa yang besar itu.

Untuk Jepang, Manga dan anime telah menjadi bagian penting dari J-Pop (budaya pop Jepang) yang laris di seluruh dunia. Dua cabang penting J-Pop yang saling berkait ini lahir dari gebrakan visioner Osamu Tezuka, yang mempengaruhi tradisi komik mancanegara dengan genre *mecha* (*mechanical*). Selain Komik Jepang secara garis besar memiliki *sexual explicit contents* yang sangat kuat. Komik-komik Jepang yang diterjemahkan Amerika pada tahun 80'an mengundang protes keras atas hal tersebut. Hal-hal biasa bagi komik Jepang yang bisa membuat orang tua di Amerika pingsan.

"Gagasan medium" ini adalah gagasan tentang apa itu komik, harus bagaimanakah komik, bisa apakah komik, dan sejenisnya—"Gagasan medium" untuk komik adalah "segala gagasan tentang komik yang mendasari penciptaan sebuah komik".

Dalam menelaah gagasan medium dalam tradisi komik ini, terpaksa saya harus membandingkan dengan gagasan-gagasan medium yang berkembang di Amerika. Perbandingan ini cukup wajar, karena tradisi komik Amerika memang banyak mempengaruhi

public was introduced to the works of Windsor McKay (the Little Nemo series) and Georges Harriman (Krazy Kat), which were full of visual improvisations. Meanwhile, World War II, which gave birth to "the greatest generation" and "the lost generation," also delivered Superman and EC comics, the precursor to *Mad Magazine* that profusely explored and exploited violence.

Keeping pace with the atomic age heralded by the atomic bomb and its hippies antithesis, science fiction, superhero, and underground comics appeared. When Superman was "killed" in 1993, the event became a national issue. Then in this all-virtual, all-visual millennium age, the universe of the comics has been unceasingly burrowed for the benefit of the gigantic Hollywood and game industries.

Let us also take a look at the comic traditions of west Europe—especially that powered by the trinity of France-Belgium-Netherlands. Ever since the industrial-cum-aesthetic revolution instigated by Hergé with his Tintin serial, the comics have been enjoying a respectable place in the European art tradition. The tradition of *bande-dessinée* (the French term for comic) is considered as a part of the long history of the European art. The comic artists themselves also seem to employ this great artistic heritage seriously.

In Japan, meanwhile, Manga and anime have become an important part of the J-Pop (the Japanese popular culture), which itself has become all the rage throughout the world. These two important and interconnected branches of J-Pop were born out of the visionary blow of Osamu Tezuka, who has influenced the comic traditions in many countries with the mecha (mechanical) genre. In general, Japanese comics have sexual explicit contents. This tendency is very strong there. The translated Japanese comics in the United States during the '80s provoked strong protests about such contents; a general feature in Japanese comics that makes American parents cataleptic.

#### Seeking the idea of the medium

"The idea of the medium" is the idea about what comics are, how they should be, what they can do, etc. "The idea of the medium" for comics encompasses "all the ideas about comics upon which the creation of a comic is based."

In studying the idea of the medium in the

tradisi komik dunia, termasuk Jepang yang sekarang mendapat giliran mempengaruhi tradisi komik dunia. Alasan lain adalah karena banyak kemiripan antara masyarakat Amerika dan Indonesia — diluar perbedaan signifikan bahwa, misalnya, yang satu adalah masyarakat paska industri yang maju, dan yang lain baru berkembang — yakni, persamaan dalam hal dinamika hubungan antara masyarakat dan budaya popnya. Indonesia dan Amerika sama-sama merupakan “budaya baru”, sama-sama *melting pot*, yang menciptakan budaya pop mereka sendiri yang khas. Komik pada kedua masyarakat tak bisa lepas dari konteks dinamika itu. Dan kalimat terakhir adalah bahwa gagasan-gagasan yang hendak kita susuri itu tak pernah merupakan ide murni, tapi selalu terpengaruh oleh kondisi-kondisi sosiologis tertentu.

Seperti Jepang dan Eropa, Indonesia memiliki warisan budaya yang menjadi preseden bagi komik modern, seperti wayang dan relief candi. Namun komik modern Indonesia praktis lahir tanpa terlalu hirau akan hal itu.

Generasi awal komik Indonesia dimulai oleh kaum Cina peranakan, dalam komik strip Put On yang dimuat pada 1930 di koran besar *Sin Po*. Karakter Put On, karya komikus muda Kho Wang Gie ini kemudian menjadi tonggak awal komik indonesia. Kho Wang Gie setia menuturkan suka duka tokoh gendut Cina peranakan ini hingga 1960 ketika *Sin Po* dibredel, selama 30 tahun! Ini adalah rekor yang belum tertandingi oleh komikus lokal lainnya hingga kini.

Kho Wang Gie menggambarkan tokoh ini mewakili kaum Cina peranakan yang baik hati dari kaum alit ibu kota. Put On adalah tokoh “si bodoh yang baik hati dan selalu sial”, persis seperti tokoh Lebai Malang di Sumatera. Gambaran ini rupanya berhasil memikat pembaca, sehingga Put On mengalami sukses dan melahirkan banyak sekali peniru.

Dari konsep ini jelas terbaca gagasan Kho Wang Gie tentang komik ini adalah “komik merupakan medium untuk memberi hiburan ringan”. Sebagai hal tersebut, komik tidak sibuk dengan ragam teknik representasi yang rumit, namun memilih teknik kartun dengan pendekatan serba penyederhanaan. Dimana sejak

comic tradition, I am forced to compare the ideas of the medium that have sprouted in the United States. Such comparison is normal, as the American comic tradition has indeed much influenced the world's comic tradition. Another reason for this is that there are many resemblances between the American and the Indonesian public—aside from the differences such as the fact that one is a post-industrial society and the other is just developing. There are, for example, similarities in terms of the dynamics in the relationship between the public and the popular culture. Indonesia and the United States both comprise “new cultures,” and are both melting pots generating their own characteristic popular cultures. Comics, in both societies, are inseparable from such dynamics. The ideas that we are going to trace are never pure ideas; instead, they are always being influenced by certain sociological conditions.

#### Comics as light entertainment and storytelling means

Just like Japan and Europe, Indonesia also have a cultural heritage serving as a precedent for the modern comics, as can be found in the puppet theaters and in the temple reliefs. The modern Indonesian comics, however, were practically born without giving much heed to such heritage.

The early generation of Indonesian comic artists originated from the Indonesian-Chinese ethnic group, with the comic strip Put On, published in the big newspaper *Sin Po*. The character of Put On, created by a young comic artist named Kho Wang Gie, duly became the first landmark for the Indonesian comics. Kho Wang Gie faithfully told the story of the fat Indonesian-Chinese character until 1960, when *Sin Po* was closed down. Thirty years! To this day, it is still an unchallenged record in Indonesia.

Kho Wang Gie depicted the character representing the kind, Indonesian-Chinese public, living among the minority group in the capital city. Put On is a “kind-but-eternally-unfortunate fool,” just like the character of Lebai Malang in Sumatra. Such depiction apparently managed to capture the heart of the readers, so that Put On was successful and created many epigones.

From such concept, it was clear that Kho Wang Gie thought of comic as a “medium to give light entertainment.” As such a medium, the comic is not busy with the various complicated

Put On, hingga seri Petruk-Gareng dan serial komik strip di tabloid Bola, gagasan satu ini tak pernah pupus.

Saya tak hendak berkata bahwa gagasan "komik sebagai hiburan ringan" di Indonesia berasal dari Kho Wang Gie. Pada saat yang sama, jauh sebelum 1930, gagasan "komik sebagai hiburan ringan" sedang mulai mapan juga di belahan bumi lain. Di Eropa, karya-karya Hergé sebelum *Lotus Biru* jelas mengandung gagasan serupa. Di Amerika—salah satu sumber utama Hergé mendulang gramatika dan kosa-komik—gagasan yang sama pun sedang mempan.

Beda dengan tradisi komik Indonesia pada periode yang sama, Amerika pada 1930-an sebenarnya sedang menyaksikan gagasan "komik sebagai seni" dalam momen puncaknya. Paling tidak, di saat itu Georges Herriman dengan Krazy Kat-nya sedang berada di puncak popularitas dan puncak pencapaian estetiknya. Tapi pada saat yang sama, industri komik Amerika sedang menguatkan fondasinya. Industri baru ini butuh menarik pasar yang luas—anak-anak menjadi segmen pasar yang penting, dan komik-komik (strip) untuk pembaca dewasa pun direndahkan denominatornya, agar semakin banyak orang yang bisa mengonsumsi komik strip.

Artinya, gagasan "komik sebagai hiburan ringan" pun mulai ramai. Seri yang menerapkan rumus *gag-strip* (komik strip pendek dengan letusan kelucuan yang ringan di panel terakhir) seperti Blondie, Barney Google, Popeye, mulai dikenal luas dan memulai karir panjang yang kadang mencapai puluhan tahun seperti Put On. Yang perlu diperhatikan adalah, walaupun komik-komik hiburan ringan di Amerika menerapkan gaya dan pendekatan estetika yang serupa dengan komik-komik hiburan ringan di Indonesia—titik berat pada *physiognomy*, teknik penyederhanaan—tapi mereka tetap mampu mengembangkan *draftsmanship* atau kekriyaan hingga ke titik sempurna.

Hal Foster memberi kemungkinan lain berupa gagasan "Komik sebagai alat bercerita". Komik petualangan seperti Tarzan menyarankan gaya realis untuk menjadi kendaraan naratif yang penting. Situasi-situasi heroik yang tak terjadi dalam kehidupan sehari-hari, seperti Tarzan menaklukkan singa, atau terlibat perang antar suku, akan mampu melibatkan pembaca jika

representation techniques; instead, it chooses the cartooning technique of simplification. Since Put On up to the series of Petruk-Gareng and the comic strip in the *Bola* tabloid, such idea remains popular.

I am not going to state that the idea of "comic as a light entertainment" in Indonesia originated from Kho Wang Gie. At the same time, long before 1930, the idea of "comic as a light entertainment" was also establishing in other parts of the world. In Europe, the works of Hergé before *The Blue Lotus* clearly betrayed such concept. In the United States—one of the main sources where Hergé drew his comic grammar and vocabulary—such idea was also gaining grounds.

Unlike the tradition of Indonesian comics in the same period, the United States in the 1930s was actually witnessing the peak moment of the "comic as an art" idea. At least it was at this time that Georges Harriman with his Krazy Kat was at the height of his popularity and aesthetic achievement. At the same time, however, the American comic industry was strengthening its foundation. The new industry needed to draw a wide public—children became an important target market, and the comics (strips) for adults were set to a lower standard so that more people could consume the strips. This meant that the idea of "comic as a light entertainment" was also becoming popular. The series applying the *gag-strip* formulae (short comic strips with a light humorous surprise in the last panel), such as Blondie, Barney Google, and Popeye, became well known and started a long career spanning sometimes many decades, just like Put On.

We should note here that, albeit applying similar style and aesthetic approach as in the light entertaining comics of Indonesia—with the focus on physiognomy and simplification technique—American comic artists still managed to bring their comic craftsmanship to perfection.

Hal Foster provides another possibilities of "comic as a means of storytelling." Adventure comics such as Tarzan suggest the realist style as an important narrative means. Extravagant situations that never take place in daily lives, such as Tarzan overpowering lions or becoming embroiled in interethnic wars, will be able to involve the readers if drawn with such a style.

digambarkan secara realis.

Di sisi lain, petualangan *science fiction* seperti yang dipelopori Buck Rogers, yang kemudian justru dirajai oleh Flash Gordon yang digambar oleh Alex Raymond, punya kepiawaian setara dengan Foster dalam gaya realis. Setelah Flash Gordon, Raymond melahirkan serial Jungle Jim dan Rip Kirby, yang semuanya populer dan sempat masuk ke Indonesia.

Sebelum lebih jauh mengulik pengaruh komik ini di Indonesia, patut dicatat sebuah revolusi lain dalam komik Amerika. Pada 1939, dua anak Sekolah Menengah keturunan Yahudi, Jerry Siegel dan Joe Shuster mendapat penerbit bagi karya impian mereka—sebuah campuran *science fiction* dan mitologi dewa Yunani serta mitologi Injil dan Taurat: Superman. Segera saja ciptaan Siegel dan Shuster ini menjadi gelombang besar, dan kini mapan sebagai genre komik unik milik Amerika: genre *superhero*. Gelombang ini pun tak luput menerpa Indonesia.

Pada 1954, R.A. Kosasih mencipta sebuah karakter tiruan *superhero* Amerika dan memberinya kekhasan Indonesia: Sri Asih, sebuah tiruan Superman dan Wonder Woman yang diberi kebaya. Komik ini sering dianggap sebagai awal perkembangan komik berbentuk buku di Indonesia—sehingga R.A. Kosasih pun ditabalkan sebagai “bapak komik Indonesia”.

Di samping Kosasih, Johnlo juga mencipta tokoh Putri Bintang dan Garuda Putih (yang berpakaian serba hitam). Kosasih tak sepiawai Johnlo, dan jelas jauh di bawah kepiawaian Foster atau Raymond. Tapi ia bersama banyak komikus lokal sezaman, memahami gagasan kenapa gaya realis penting bagi cerita. Ia memahami gagasan bahwa “komik adalah alat bercerita”. Ini terutama tampak dalam komik-komik wayang Kosasih. Komik-komik wayang ini didahului oleh semacam riset panjang Kosasih tentang serba-kisah mitologi wayang yang merupakan adaptasi dari mitologi Mahabharata dan kisah-kisah turunannya, termasuk Ramayana dari India.

Dalam gagasan “komik sebagai alat cerita”, komik merupakan medium yang melayani cerita. Pilihan pada mitologi wayang bukanlah akibat desakan masyarakat dan kaum pendidik pada 1954, yang menghujat komik sebagai pengaruh asing yang jahat. Jika sekadar ingin kembali ke

On the other hand, science fiction adventures, such as those begun by Buck Rogers and then dominated by Flash Gordon drawn by Alex Raymond, have an equal mastery with Foster in terms of the realist style. After Flash Gordon, Raymond created the series of Jungle Jim and Rip Kirby; all of them became popular and at one time were introduced to Indonesia.

Before we further analyze the influences of such comics in Indonesia, we must nevertheless note another revolution in the American comics. In 1939, two Jewish high school students, Jerry Siegel and Joe Schuster, found a publisher for their dream-work—a mixture of science fiction, mythology of the Greek gods, and the mythology of the Bible and Old Testament: Superman. Siegel and Schuster's creation soon created a big wave and is now established as a unique American genre: the superhero. Such wave inevitably hit Indonesia as well.

In 1954, R.A. Kosasih created an imitation of the American superhero character and gave it a unique Indonesian feel. This was Sri Asih, an imitation of Superman and Wonder Woman dressed in *kabaya*—the traditional dress of Java. The comic is often considered as the beginning of the comic books in Indonesia, and R.A. Kosasih was duly christened as “the father of Indonesian comic.”

Beside Kosasih, Johnlo also created the characters of Putri Bintang (Star Princess) and Garuda Putih (or White Garuda, in an all-black outfit). Kosasih was not as masterful as Johnlo was in his craftsmanship, and clearly far below Foster and Raymond. However, he and many of his comic contemporaries understood why the realist style was important for the story. He grasped the idea that “comic is a means of storytelling.” This is for example apparent in his *wayang* comics—or comics deriving their theme and content from the traditional (and sometimes indigenous) mythologies. These *wayang* comics had been preceded by his long researches about every nook and cranny in the *wayang* mythology, adapted as it is from the Mahabharata mythology and its offshoots, including the Ramayana story from India.

In the idea of “comic as a means of story telling,” comics are a medium serving the story. The choice in the *wayang* mythology has not

sumber lokal, bukankah Kosasih lebih dekat dengan kisah-kisah Si Kabayan? Pilihannya untuk menampilkan komik wayang adalah petunjuk bahwa ada ambisi Kosasih untuk bercerita, untuk melahirkan komik epos. Komik wayang juga memungkinkan Kosasih untuk menerapkan teknik-teknik tuturan wayang ke dalam komik.

Gagasan "komik sebagai alat cerita" ini terutama tampil amat kuat pada komik-komik wayang karya Ardi Soma dan pada serial Sie Djin Koei karya Siauw Tik Kwie. Gagasan ini diteruskan oleh tradisi komik aliran Medan pada 1960-an. Dan mencapai puncaknya pada Taguan Harjo, seperti terlihat pada karya-karyanya, Kapten Yani hingga Setangkai Daun Surga. Harjo nyaris mampu mengejar kepiawaian Foster dan Raymond. Ia juga membuat inovasinya sendiri: mengabaikan rumus anatomii "tubuh = 6 x ukuran kepala" yang lazim dalam pelajaran gambar dari Barat; karena ia menggambarkan tubuh Melayu, rumus yang ia gunakan adalah "tubuh = 5 x ukuran kepala" <sup>1</sup>.

Seniman komik lain yang layak disebut sebagai puncak gagasan "komik sebagai alat bercerita" adalah Teguh Santosa periode awal (misalnya, dalam *Sebuah Tebusan Dosa*). Tapi kemudian Teguh menjadi eksponen sebuah tradisi komik yang berangkat dari gagasan "komik sebagai alat imajinasi"? tradisi komik silat <sup>2</sup>.



Weird Science No. 12

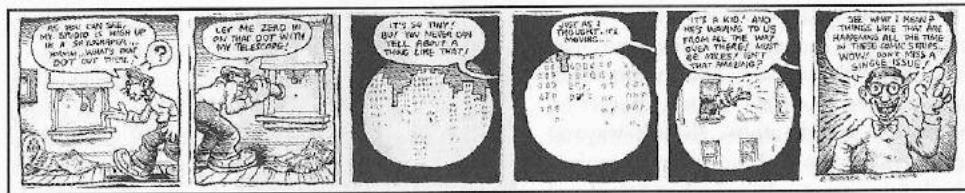
been caused by public pressure or urges from the educators in 1954, condemning as they were the comics as an evil foreign influence. If Kosasih merely wished to return to a local source, was he not more familiar with the stories of Kabayan—the famous fool of the Sundanese folklore? His choice to present the *wayang* comic is a sign that Kosasih had a storytelling ambition, an ambition to create an epic comic. The *wayang* comic also enables Kosasih to employ in his comic the storytelling means of the *wayang*. The idea of "comic as storytelling means" is especially present very strongly in the *wayang* comics of Ardi Soma and in the series of Sie Djin Koei by Siau Tik Kwie.

The "comic as a storytelling means" idea was also adopted in the comic tradition of the Medan stream in the 1960s, which reached its peak in the works of Taguan Harjo, as seen in *Kapten Yani and Setangkai Daun Surga (A Piece of Heavenly Leaf)*. Harjo himself was almost equal with Foster and Raymond in his craftsmanship. He also created his own innovation: ignoring the anatomical formulae of "body = 6 x head's size" that was common in the Western drawing technique. As he was drawing Malay bodies, he employed the formulae of "body = 5 x head's size" <sup>1</sup>.

Another comic artist who deserved to be called as the crowning proponent of the idea of "comic as a storytelling means" is Teguh Santosa in his early period of comic-making (for example in *Sebuah Tebusan Dosa*—or *A Sin*

Gagasan-gagasan medium di balik berbagai tradisi komik yang diulang di sini tak pernah 'saling makan': kehadiran sebuah gagasan dominan bukanlah berarti ketidaaan gagasan lain. Jika di sini, misalnya, tradisi komik silat saya tempatkan di bawah naungan gagasan "komik sebagai alat imajinasi", bukan berarti dalam tradisi sebelumnya komik tidak menjadi alat imajinasi. Lagipula, setiap gagasan medium itu pun mengalami perkembangan sendiri dari masa ke masa.

Di Amerika, pada akhir 1960-an, lahir dua karya yang, sengaja atau tidak, menjadi kredo bagi gagasan "komik sebagai alat imajinasi". Yang pertama, sebuah cerita dalam antologi komik *Weird Science* #12. Karya lain yang menjadi juru bicara kredo "komik sebagai alat imajinasi" adalah sebuah kisah dalam antologi *Zap* #0, karya Robert Crumb.



Zap # 0,  
Robert  
Crumb,  
1967

Walau tak memiliki kredo demikian, komik-komik silat kita jelas banyak menerapkan gagasan ini. Bibit-bibit gagasan ini sudah tampak sejak tradisi komik wayang, yang banyak sekali menyertakan adegan tempur antar manusia adidaya. Dalam *Sie Djin Koe*, lebih banyak lagi adegan tempur bersenjata atau tangan kosong khas Kung Fu, yang menjadi cikal bakal gramatika komik silat pada era 1960-an hingga 1970-an. Sebagaimana pakem utama komik petualangan yang menggunakan gaya realis, komik-komik silat juga cenderung mengejar realisme dalam gambar-gambarnya.

Jadi dapat dikatakan, ada segaris perbedaan antara gagasan "komik sebagai alat imajinasi" yang berkembang di Indonesia dan yang berkembang di Amerika. Di Indonesia, gagasan "komik sebagai alat imajinasi" adalah kelanjutan dari gagasan "komik sebagai alat cerita". Imajinasi yang dikembangkan dalam perjalanan komik Indonesia lebih banyak merupakan bagian dari cerita. Itulah mengapa genre terbesar di Indonesia selama beberapa dekade adalah cerita-cerita fantastis, seperti epos wayang dan silat.

Dalam gagasan "komik sebagai alat imajinasi", tidak haram jika orang bisa terbang, atau mengeluarkan sinar-sinar mematikan dari tangannya. Dalam wujud yang lebih halus, gagasan ini juga menuntun para seniman komik kita untuk lebih bebas menggambarkan lanskap latar cerita.

Umumnya cerita silat berada dalam sebuah semesta yang masih didominasi oleh hutan dan pohon-pohon besar, kampung dengan gubuk-gubuk bilik, padepokan-padepokan sunyi, dan alam yang cenderung berwarna kelam. Teguh Santosa, dalam berbagai cerita silatnya, kemudian menggambarkan daun-daun dan pepohonan yang tidak ada padanannya di dunia nyata. Alam dalam semesta cerita-cerita silat Teguh Santosa cenderung surreal, digambar dalam gaya yang

*Redeemed*). However, he then became an exponent of a comic tradition basing itself with the idea of "comic as a means of imagination": the tradition of *silat* comics<sup>2</sup>.

#### Comics as a means of imagination and a means to disclose reality

The ideas of the medium behind the various comic traditions described here never "inter-consume": the presence of a predominant idea does not mean the absence of other notions. If, for example, I position the tradition of the *silat* comic under the umbrella of the idea of "comic as a means of imagination," it does not mean that in the previous traditions the comics did not become a means of imagination. Furthermore, every idea of the medium undergoes its own development from time to time.

In the United States at the end of the sixties, two works were born which then, intentionally or not, became the credo for the idea of the "comic as a means of imagination." The first work was a story in the comic anthology *Weird Science*#12. Another work that also became the "spokesman" for the credo of the "comic as a means of imagination" was a story in the comic anthology *Zap* #0 by Robert Crumb.

Albeit having no such credo, our *silat* comics obviously employ this idea. The seeds for such notion were already apparent in the tradition of *wayang* comic, which depicted a lot of warring scenes between the superheroes. In *Sie Djin Koe*, there were even more scenes of armed fightings or empty-handed combats typical of Kung Fu, which became the seed for the grammars of the *silat* comic from the 1960s and 1970s. Just as the adventure comic uses the realist style as its canon, the *silat* comic also tries to achieve realism in its images.

It can thus be said that there is a fine difference between the idea of the "comic

dekat dengan tradisi dekoratif.

Komikus lain sezaman Teguh yang piawai mengolah fantasi dalam cerita-cerita silatnya, adalah Jan Mintaraga. Jika Teguh mengolah legenda-sejarah, komikus lain mengolah latar sejarah, Jan mengolah dunia antah berantah. Serial silatnya, dengan tokoh utama Bayu, bergerak di sebuah dunia fantasi murni. Wajar jika para tokohnya menguasai ilmu-ilmu sihir yang banyak mengumbar sinar seperti laser dari tangan mereka. Padahal Jan sebelumnya pada akhir 1960-an hingga awal 1970-an lebih dikenal dengan komik-komik "roman-cinta"-nya, yang ingin menampilkan dunia anak muda metropolitan. Ada kehendak untuk mengungkapkan kenyataan di situ, walaupun secara hiperbolis.

Tapi memang tak ada dalam tradisi komik di Indonesia, gagasan yang kuat tentang "komik sebagai alat mengungkapkan kenyataan" seperti di Amerika. Secara sporadis, bibit dari gagasan ini muncul pada komik-komik anti perang keluaran DC Comics dan berlanjut pada komik-komik *underground*—khususnya dari Robert Crumb dan Jack Jackson. Model kisahan ini membuka sebuah alur yang kemudian dipelopori Harvey Pekar: komik otobiografis dengan pendekatan *hyper-realism*. Pekar mewujudkan gagasannya tentang komik tersebut dalam serinya, *American Splendor*.

Gagasan media Pekar, seperti yang ia ungkapkan sendiri dalam salah satu komik awalnya yang digambar Crumb: "You c'n do as much with comics as the novel or movies or plays or anything. Comics are words an' pictures; you c'n do anything with words an' pictures!"<sup>3</sup> Pekar membuka banyak hal dengan komik-komiknya. Antara lain, terbukanya kemungkinan naratif yang kemudian berkembang menjadi genre komik otobiografis yang menguat pada era 1990-an. Cabang lain dari kemungkinan yang dibuka Pekar adalah komik jurnalistik, khususnya yang kemudian dikembangkan oleh Joe Sacco. Pada Sacco dan Pekar-lah, sejauh ini kapasitas komik untuk mengungkapkan kenyataan menemukan puncaknya.

Lebih dari jurnalis kebanyakan, Sacco: (1) selalu sadar dan mencatat posisi dilematisnya sebagai jurnalis yang tak bebas dari prasangka dan keterbatasan sudut pandang, dan (2) ia melaporkan dalam bentuk komik dengan akurasi

as a means of imagination" that developed in Indonesia and in the United States. In Indonesia, the idea of the "comic as a means of imaginations" is a follow-up from the idea of "comic as a means of storytelling." The imaginations explored along the journey of the Indonesian comic have been mostly a part of the story. That is why the biggest genre for several decades in Indonesia has been that of fantastic stories—such as the *wayang* and *silat* epics. In the idea of "comic as a means of imaginations," it is admissible that people fly, or emit deadly lights from their hands. In a more subtle form, the idea also leads the Indonesian comic artists to depict the background landscape for their stories more freely.

In general, a *silat* story takes place in a universe dominated by forests and bulky trees, kampongs with plaited-bamboo huts, silent houses, and with a grim-colored nature. In many of his stories, Teguh Santosa created leaves and trees non-existent in the real world. The natural world in Teguh Santosa's universe of *silat* stories tends to be surreal, depicted in a style close to the decorative tradition.

Another comic artist in Teguh's era who was also skillful in developing fantasy in his *silat* stories was Jan Mintaraga. While Teguh explored historical legends and other comic artists worked with historical backgrounds, Jan made the most of never-never land. His *silat* stories, whose main protagonist is named Bayu, moved in a pure world of fantasy. It is normal, therefore, that Jan's characters mastered extravagant flairs with lots of flashes, such as the power to emit beam from their hands. In his earlier period, at the end of the sixties and the beginning of the seventies, Jan was better known with his romance comics, with the desire to present the world of young urbanites. There was a desire to present truth, albeit hyperbolically.

There are, indeed, no strong ideas about the "comic as a means to disclose reality" within the Indonesian comic tradition, as opposed to the situation in the United States. In the US, such ideas germinated sporadically in the anti-war comics of EC Comics and were furthered by the underground comics—especially those by Robert Crumb and Jack Jackson. This storytelling model opened a path pioneered by Harvey Pekar:

fotografis yang luar biasa, sekaligus (lebih dari foto) dengan peluang dramatisasi yang luas.

Sejauh yang saya catat di Indonesia, tak ada komikus dengan obsesi mengungkap kenyataan sekuat Crumb, Jackson, Pekar, atau Sacco. Pada awal 1970-an, kenyataan-kenyataan Indonesia dalam komik harus selalu dibungkus oleh hal lain seperti fantasi, simbolisasi atau romansa. Di Indonesia, genre komik cinta inilah yang kemudian paling dekat dengan kenyataan sehari-hari, semata karena berlatarkan waktu "sekarang" dan latar tempat "Jakarta sebagai kota metropolitan". Jagoan-jagoan komik cinta saat itu, Jan Mintaraga dan Zaldy lebih menjadi pewaris *romance comics* yang populer di Amerika pada 1950-an hingga awal 1960-an. Mereka lebih banyak melakukan hiperbolisasi karakter maupun drama cerita mereka. Sedang mereka yang mengejar pengungkapan kenyataan lewat latar sejarah seperti Ganes TH, lebih memilih legenda-legenda atau kisah kepahlawanan yang tak pernah mendalam menciptakan karakternya.

Ketidaaan atau minimnya komikus kita yang mengusung gagasan "komik sebagai alat ungkap kenyataan" terus berlanjut hingga kini. Kalaupun ada sebagian komikus lokal kita yang kini mulai mencoba mengungkapkan kenyataan—biasanya dengan cara parodi—itu lebih karena gagasan lain: gagasan yang mencuat pada generasi terkini komikus kita.

Pada 1980-an, mulailah komik Indonesia menghadapi ancaman serius. Di satu sisi, pola lama bagi produksi komik (para cukong membayar para komikus dalam modus *home industry* dan distribusi melalui taman-taman bacaan) sudah tak memadai lagi. Di sisi lain, impor komik (penerbitan komik-komik terjemahan) mulai melembaga dengan kuat.

Pada waktu inilah Tintin dan kawan-kawan tiba di Indonesia. Terbit pula majalah Eppo versi bajakan, yang semakin membentuk pasar komik Eropa (majalah ini adalah antologi komik-komik Eropa). Demikian juga dengan dimuatnya komik-komik Eropa di majalah Hai. Sementara komik-komik Amerika (khususnya dari DC Comics) melembaga lewat penerbit Cypress, dibantu dengan diputarnya film-film seri animasi dari Amerika. Dan pada akhir 1980-an, datang pula

an autobiographical comic with a hyper-realism approach. Pekar gave shape to his idea about comics in his series *American Splendor*.

Pekar presented his idea of the medium in one of his early comics, drawn by Crumb: "You can't do as much with comics as the novel or movies or plays or anything. Comics are words and pictures; you can't do anything with words and pictures!"<sup>3</sup>. Pekar opened many doors with his comics. He opened, among others, the narrative possibility that would later grow into a distinct genre: autobiographical comics, which gained ground in the nineties. Another branch of possibility that Pekar opened has been the journalistic comic, especially that developed by Joe Sacco. So far, it is in Sacco and Pekar that the capacity of comics to disclose reality reaches its zenith.

More than any other journalists in general, Sacco is always aware about his dilemmatic position as a journalist who is not free from prejudices and limited point of view. He makes a note about this dilemma. Then, he reports this in the form of comics with extraordinary photographic accuracy and vast opportunities for drama (more than in photographs).

As per my notes on Indonesian comics so far, there have been no comic artists with as strong obsession to disclose reality as Crumb, Jackson, Pekar, or Sacco. In the early 1970s, the Indonesian reality in comics must be wrapped up by another thing such as fantasy, symbolization, or romance. In Indonesia, the genre of romance comics then become the one closest to day-to-day reality, merely because of its having the background period of "now" and the background setting of "metropolitan Jakarta." The protagonists of romance comics at the time, Jan Mintaraga and Zaldy, tended more to be the beneficiaries of romance comics popular in the United States in the fifties until early sixties. They were more inclined to create hyperbolic characters or dramas. Those who sought to disclose reality through historical stories, such as Ganes TH, tended to choose legends or heroic stories that have never been thorough in creating characters.

The absence or scarcity of the Indonesian comic artists supporting the idea of "comic as a means to disclose reality" continues up to

Candy-Candy, Sailor Moon, dan City Hunter dari Jepang, bersamaan dengan maraknya serial anime di rental-rental video.

Ada satu faktor lain yang harus dicatat: komikus Indonesia saat itu belum sempat melakukan regenerasi. Komikus-komikus hebat saat itu telah semakin tua, sementara komikus-komikus muda belum tampak. Ada banyak alasan untuk hal ini (penghargaan terhadap komikus tak pernah bertambah, malah berkurang, misalnya?). Yang jelas apa boleh buat, komikus dan komik Indonesia pun menyurut. Dan bagaimanakah gagasan berkembang, jika para penggagasnya menghilang?

Pada 1990-an, komik Jepang merajai Indonesia. Dan komik Amerika menyelinap langsung sebagai komik impor yang tak diterjemahkan, membentuk sub-kultur sendiri di Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya. Sedang komik Indonesia resmi terpuruk. Komik sendiri, sebagai medium, menjadi bagian masyarakat kita; tapi pada saat yang sama, komik lokal tak bisa ambil bagian.

Dan karena komik tetap menjadi bagian masyarakat kita, maka tetap tumbuh dalam sebagian masyarakat kehendak untuk membuat komik. Dan menjadi dominanlah sebuah gagasan medium yang cocok untuk keadaan itu, yakni gagasan bahwa "komik adalah alat ekspresi bebas".

Saya mencantumkan kata "bebas" dengan harap-harap cemas, karena "bebas" disini lebih berarti bahwa "siapa saja bisa melakukannya, tanpa aturan, dan menjadi alat murah-meriah untuk berekspresi".

Sebuah pamflet yang ia sertakan dalam komiknya, Despair (1969) bertuliskan: "Drawing Cartoons is Fun!" Walau saya ragu apa rata-rata komikus kita angkatan 1990-an hingga kini membaca pamflet Crumb tersebut, tapi saya kira sikap Crumb tersebut sejalan benar dengan cara kerja mereka. Sebagian besar komikus muda tersebut tidak berangkat dari sekolah atau sikap seni yang khusus, tapi semata berangkat dari kecintaan mereka pada komik.

Tengoklah karya-karya dalam, misalnya, antologi Karpet Biru atau edisi-edisi khusus majalah Animonster. Sering muncul karya-karya menarik dari mereka. Sebagian (kecil) menunjukkan intuisi visual yang bagus tanpa



*Drawing Cartoons Is Fun!*, Robert Crumb, from *Comics, Comix & graphic Novels - a History of Comic Art*, Phaidon, page 7

this day. Even if there are some local artists who are trying to depict reality—usually through parody—that is more because of another idea: an idea that is now prominent among the latest generation of Indonesian comics.

Comics as a means of free-expressions and as a matter of technique and sensual effects

In the 1980s, the Indonesian comics started to face a serious threat. On the one hand, the old pattern of comic production (the investors pay the comic artists in a home-industry method, and the comics are distributed through small book-rentals) is no longer sufficient. On the other, imported comics (the publication of translated comics) are gaining grounds.

It was at this time that Tintin and his fellows arrived in Indonesia. A pirated version of the *Eppo* magazine was also published, creating an even stronger market for the European comics (the magazine is an anthology of European comics). The *Hai* magazine also printed European comics. Meanwhile, American comics (especially from DC Comics) are becoming institutionalized through the Cypress publishing house, and buoyed by the screening of American animation series. At the end of the eighties, Candy-Candy, Sailor Moon, and City Hunter also arrived from Japan, at the same time with the preponderance of *anime* series in video rentals.

There is another thing we should note: the Indonesian comic artists mentioned before had no chance to pass on their torch. The master artists were getting older, while the young comic

beban-beban teori seni apapun. Paling tidak, "teori-teori seni", seperti perspektif atau bayangan, mereka terapkan secara intuitif atau meniru komikus yang mereka suka. Tapi – dan ini yang menarik untuk dicatat – banyak komikus muda kita berangkat tanpa bekal teknik apa-apa. Seakan mereka membuat komik karena kebetulan mereka punya kertas, punya spidol Snowman, atau bisa otak-atik program grafis komputer, dan lebih dari itu mereka tak punya bahasa lain selain bahasa visual.

Di satu sisi memang ada semacam demokratisasi seni. Tapi perlu saya katakan di sini: sebagai medium yang tak pernah jadi seni elit di negeri ini, agenda "demokratisasi seni (komik)" sebetulnya tak terlalu krusial. Tak pernah ada saringan terlalu ketat yang membuat komik hanya jadi "mainan" sedikit orang – atau kaum elit, dalam dunia seni komik kita. Jangan-jangan ideologi ini kemudian malah berakibat: karena semua orang bisa membuat komik, maka standar mutu pun terancam hilang. "Ngomik" menjadi sebuah kegiatan pemanjaan diri, bukan lagi sesuatu yang membutuhkan disiplin dan proses panjang, yang secara alamiah hanya akan dilalui sedikit atau sebagian orang saja. Akibat paling nyata dari keadaan ini adalah melimpahnya karya, tapi sedikit yang benar-benar menonjol dan bertahan lama.

Alur lain dari gagasan "komik sebagai alat ekspresi-bebas" mengambil arah yang agak paradoksal. Sebagian komikus muda kita yang membuat komik dengan gagasan ini, dengan memiliki latar belakang seni rupa, justru melahirkan karya-karya yang cenderung avant garde. Kita tahu, kecenderungan avant garde selalu mengimplikasikan derajat tertentu elitisme. Karya-karya *avant garde* hanya dapat dimamah oleh sedikit orang saja—umumnya oleh mereka yang punya "bekal" intelektual tertentu. Jadi gagasan yang mulanya membebaskan ini malah menghasilkan karya-karya yang mengungkung diri mereka sendiri dalam pulau kecil "komunitas seni kontemporer".

Yang paling mewakili paradoks ini adalah fenomena antologi Daging Tumbuh yang dikelola oleh Eko Nugroho<sup>4</sup>. Eko jelas menerapkan bahwa tak ada standarisasi bagi komik yang akan dimuat di antologinya; masalahnya hanya giliran saja. Hal menarik lain dari antologi ini adalah

artists were yet to be seen. There are many reasons for this (the appreciation for comic artist never increases and is instead decreasing, for example?). One thing is obvious—what can we do—the comic artists and the Indonesian comics are disappearing. And how are ideas to grow if the proponents are fading away?

In the nineties, the Japanese comics held sway in Indonesia. The American comics slipped directly into the scene as un-translated imported comics, creating thus a distinct sub-culture in Jakarta, Bandung, Yogyakarta, and Surabaya. The Indonesian comics, meanwhile, officially fell asunder. The comic itself, as a medium, became a part of the Indonesian society; at the same time, however, the local comics could not get involved there. In the mean time, as the comic remains a part of the Indonesian public, there lives a desire among some communities to create comics. An idea of the medium apt for such situation therefore becomes dominant—the idea that "comic is a means for the free expression." I use the word "free" here with uneasy hopes, as "free" here tends to mean that "every one can do it, without rules, and it becomes a cheap-'n-cool means for expression."

In a pamphlet Crumb attached in his *Despair* comic (1969), it was written: "Drawing Cartoons is Fun!" Although doubtful whether the Indonesian comic artists of the nineties and today have read the pamphlet, I nevertheless think that Crumb's attitude is truly in keeping with their methods. The majority of these young comic artists do not come from a certain school or artistic attitude; instead, they depart merely from their love for comics.

Observe, for example, the works in the *Karpet Biru* (Blue Carpet) anthology, or the special editions of the *Animonster* magazine. There are often interesting works arising from these comic artists. Some (or a few) show good visual intuition without the baggage of any art theories. At least, "artistic theories" such as the matters of perspective and shadowing are applied intuitively, or by mimicking their favorite comic artists. But, and this is interesting to note, a lot of the Indonesian comic artists set off without any technical provision whatsoever. It is as if they create comic simply because they happen to own some paper, a *snowman* marker, or the

distribusinya. Sebagai jurnal fotokopian, Eko hanya mencetak sampul, sedangkan isi boleh difotokopi siapa saja yang berminat. Tapi bagi yang membeli kopian asli dari Eko, selalu ada bonus seperti stiker, pembatas buku, atau komik mini. Terbukti, sampai kini antologi ini mampu bertahan dan bahkan oleh banyak pihak dianggap salah satu "jawara" komik *underground* Indonesia.

Nyaris semua karya yang dimuat dalam *Daging Tumbuh* punya kecenderungan serupa. Saya tak punya masalah dengan agenda "demokratisasi seni (komik)". Tapi jangan harap komik Indonesia akan bangkit dengan cara begini. Yang lebih mungkin terjadi jika kita hanya memunculkan karya-karya semacam ini adalah lebih banyak orang akan menjadi lebih takut pada komik Indonesia (dan komik pada umumnya)<sup>5</sup>.

Bagaimana pun, komik yang dibuat dengan gagasan "komik sebagai alat ekspresi-bebas", umumnya punya keinginan mengungkapkan kenyataan yang dilihat oleh para komikusnya. Ini sedikit berbeda dengan gagasan lain yang juga tumbuh bersamaan dan banyak dianut komikus muda kita, yakni "komik sebagai masalah teknik-efek sensual".

Komik-komik seperti ini tumbuh di jalur indie, sebagai karya-karya yang bergerilya dari pameran ke pameran dan dari tangan ke tangan. Bedanya, gagasan "komik sebagai masalah teknik-efek sensual" diwujudkan oleh para komikus yang punya referensi kaya tentang komik luar, biasanya berbakat kuat dan bermodal tinggi. Mereka *ngomik* dengan semacam reduksionisme: komik adalah masalah teknik yang sekeren mungkin. Rata-rata komikus aliran ini tak terlalu ambil pusing dengan tema, cerita, atau *story-telling*. Sering terjadi, sang komikus punya tema besar seperti cinta, identitas, atau kemanusiaan, tapi langsung meloncat ke masalah teknis tanpa lebih dulu mendalami tema dan cerita.

Apalagi ada kenyataan telah tumbuh sebuah generasi komikus yang tak mengenal hal lain selain komik. Generasi ini seakan tak punya pilihan kecuali tumbuh secara *self-referential* (mengacu pada dirinya sendiri). Hal ini terjadi baik di Amerika maupun di Indonesia.

Tapi yang paling menarik adalah para komikus *mainstream* yang hanya tahu komik saja saat mengembangkan gagasannya tentang komik. Mereka mencipta dengan sepenuhnya

ability to tinker with graphic computer programs. Furthermore, they have no other languages aside from the visual.

On the one hand, there is indeed an artistic democratization of sorts. I need to state, however, that: as a medium that has never become a part of the elites in Indonesia, the agenda of "democratization of the (comic) art" is actually not crucial. There has never been a tough filtering process that makes the comic a "game" of just a few people—or the elites—in the world of Indonesian comics. I fear that such idea results instead in the following: because every one is able to create comic, the standard for quality is thus threatened to peter out. "Creating comic" becomes an activity of self-indulgence, and is no longer something that requires discipline and a long process, which will naturally be endured by just a few people. The most obvious result of such situation is the abundance of comics, but only a few are truly prominent and survive.

Another path derived from the idea of "comic as a means of free expression" takes a rather paradoxical course. Some of our young comic artists who create comics using this idea, and with a background in art, precisely make works that tend to be avant-garde. We know, the avant-garde tendency implies a certain degree of elitism. The avant-garde works can only be consumed by only a few people—usually those with a certain intellectual "provision." The idea that in the beginning is meant to free the artists, precisely gives birth to works imprisoning them in the small island of "contemporary art community."

The phenomenon that best represents such paradox is the *Daging Tumbuh* anthology, edited by Eko Nugroho<sup>4</sup>. Eko clearly applies the idea that there are no set standards for the comics that can be published in his anthology; it is only a matter of taking turns. Another interesting thing about this anthology is its distribution method. As a photocopied journal, Eko merely prints the covers; the contents are free for everyone to copy. Those who buy the original copies from Eko, however, will invariably receive bonuses such as stickers, bookmarks, or mini-comics. The anthology survives to this day and is even considered by many as one of the "champion" of Indonesian underground comics.



kiri left: *Daging Tumbuh* Vol. 06, Tendangan Maut Nanas Muda  
kanan right: *Pure Black*, Athonk



mengabaikan berbagai pencapaian di berbagai bidang lain<sup>6</sup>. Ini penyakit yang gampang menjangkiti para komikus yang punya kekhususan sebagai penggambar. Atau lebih tepat, menjangkiti para komikus yang lebih mementingkan gambar daripada cerita atau tema.

**Dimas Jayasrama:** Kita sudah mendengar cukilan sejarah yang panjang. Penggambaran global tadi harus diakui bahwa secara langsung ataupun tidak, mempunyai efek pada wajah komik Indonesia saat ini. Mungkin sekarang kita bisa dengar dari Mas Bambang sebagai rekan dari Apotik Komik...

**Bambang "Toko" Wicaksono:** Awal saya membuat komik memang lebih dari sisi visualnya, karena saya memang mahasiswa seni. Tidak punya beban representasi budaya komik Indonesia, dan waktu di ISI waktu itu juga tidak peduli apakah komik ini akan menjadi komik superhero atau tidak. Semuanya berjalan saja...

**Farah Wardani:** Bagaimana kemudian, kondisi pasar komik lokal sendiri?

**Uwi Mathovani:** Bisa dibilang pasar komik lokal belum ada. Namun Mizan sejak tahun 1998, juga Elex Media Computindo, sudah menerbitkan wayang purwa dan lainnya di tahun 2000-an. Mizan sebagai distributor cukup konsisten walau dapat dikatakan masih terbatas. Begitu juga dengan Elex yang sudah punya distribusi yang baik. Jumlah judul komik Indonesia ternyata tidak sedikit juga. Dari data terakhir, hampir lebih dari 200-an judul yang sudah diterbitkan. Yang

Almost all the works printed in the *Daging Tumbuh* anthology have similar tendencies. I have no issue with the agenda of “(comic) art’s democratization.” Hope not, however, that the Indonesian comics will be revitalized using such a way. What is more likely to happen, should we only bring to light such works, is that an increasing number of people will be more reluctant to be engaged with the Indonesian comics (and other comics in general)<sup>5</sup>.

In general, comics created with the idea of “comic as a means of free expression” have nonetheless the desire to disclose the reality as seen by the artists. This is a little bit different with another idea that grows simultaneously and is advocated by many of Indonesian young comic artist—that is, the idea of “comic as a matter of technique and sensual effects.”

Such comics flower in the *indie* path, as works traveling from one exhibition to the next, and from one reader to another. The difference lies in the fact that the idea of “comic as a matter of technique and sensual effects” is created by comic artists with abundant references about comics from abroad, and usually also with a large amount of talents and funds. These comic artists work with a reductionism of sorts: comic is a matter of the most sophisticated technique. As a general rule, such comic artists do not worry about the issues of theme, content, or storytelling. Often, the comic artist have in mind such grand themes as love, identity, or humanity, but they plunge directly into technical issues without exploring first their theme and content. There is also the fact that a generation of comic artists has been born who know nothing other than comics. This generation appears to have no other choice aside from growing self-referentially). This happens both in the United States and Indonesia.

The most interesting thing happens, however, when the mainstream comic artists who know nothing other than comics develop their ideas about comics. They create while being completely ignorant about the various achievements in other fields<sup>6</sup>. This is a disease that easily spreads among the comic artists with specialization in drawing. Or, to be more precise, among the comic artists who put more emphasis in pictures rather than in content or theme.

di Surabaya juga cukup baik dan 2 judul sudah dicetak ulang, sayang komiknya seperti komik Jepang, dari setting cerita dan segala macamnya.

Saya berpikir ini adalah masalah bahasa yang belum sama antara komikus dan penerbit. Ingin dijembatani oleh pihak ketiga, tapi masalah ini masih terlalu kompleks...

**Ade Darmawan:** Saya selalu bosan jika diskusi lain selalu membicarakan distribusi komik saja. Tidak pernah membicarakan apakah kita sudah pernah bikin komik, atau bagaimana komik itu bisa menjadi bagian dari kehidupan sosial kita. Dan ada atau tidak komik semenarik itu? Seperti yang Dimas Jayasrana pernah tanyakan, mengapa Doreamon begitu digemari? Karena dia sangat mewakili Jepang. Tapi yang sangat Indonesia seperti apa? Maksudnya, apakah komikus Indonesia sudah sangat intens atau belum dalam mengapresiasi masyarakatnya sendiri? Ini sangat menarik jika ditarik ke belakang. Seperti misalnya, kenapa Elex memutuskan membeli komik Jepang? Apa yang membuat mereka berpikiran seperti itu dan berhasil? Kenapa komik Indonesia tidak bisa diperlakukan seperti itu? Seandainya diteorikan, komik yang disukai masyarakat adalah ketika masyarakatnya sendiri dapat melihat dirinya sendiri di komik itu.

Jangan-jangan memang membuat *demand*-nya dulu, baru *di-supply*. Jangan-jangan ini hanya masalah pilihan. Karena tidak ada pilihan, orang akan memilih itu. Seperti sinetron, seburuk apapun akan dibilang sebagai tuntutan pasar. Maksud saya, hal-hal seperti itu punya strategi...

**Dimas Jayasrana:** Saya pikir masalah yang mendasar adalah di eksplorasi ide itu sendiri. Saya punya seorang teman maniak komik yang tidak punya koleksi komik Indonesia. Mungkin itu salah satunya, bahwa komik pun oleh komikusnya sendiri belum dianggap sebagai sesuatu yang ilmiah. Belum banyak terlihat usaha untuk menggali secara sosiologis. Misalnya dengan keadaaan hanya dengan pulpen dan kertas, lalu apa yang bisa dihasilkan secara maksimal? Menurut saya disitu pun efeknya berantai dan berhubungan dengan mentalitas akhirnya.

**Hikmat Darmawan:** Saya sepakat kalau mentalitas adalah persoalan yang penting dalam permasalahan komikus kita sekarang ini. Justru pada saat referensi dan *tools* kita melimpah, kita

**Dimas Jayasrana:** We've heard a long portion of the history. We must admit that such global play, directly or not, affects the Indonesian comics of today. Perhaps now we can hear from Mas Bambang as our colleague from Apotik Komik...

**Bambang "Toko" Wicaksono:** In the beginning I indeed made comics more from the visual aspect, as I was an art student anyway. I had no baggage of representing the culture of Indonesian comics, and at the university I also didn't care whether the comic I made would be a superhero comics or otherwise. Everything simply flowed...

**Farah Wardani:** How about the market condition of the local comics?

**Uwi Mathovani:** It can generally be said that the market for the local comics does not exist yet. But since 1998, Mizan, and Elex Media Computindo, have been publishing *wayang purwa* comics, and other kinds around the year 2000. Mizan as a distributor is quite consistent, although still limited. Such is also the case with Elex, which has a better distribution network. The number of Indonesian comic titles published proves to be quite a lot. From the last data, we know that there are almost more than 200 comics published. In Surabaya the situation is also quite good, and two titles have been reprinted—it's a pity though that the comics look like Japanese ones, from the setting of the story and everything...

I think this is a matter of the comic artist's and the publisher's having no similar language. I wish a third party could be involved here to function as a bridge of sorts; but this problem is still much too complicated...

**Ade Darmawan:** I always get bored when other discussions always talk about the distribution of the comics, and never about whether we have created comics, or how the comics can be a part of our social lives.

And is there a comic out there that is as interesting as that? Just like Dimas (Jayasrana) once mentioned, why do people like Doraemon so much? It is very Japanese, though. But what do Indonesian comics look like? I mean, have the comic artists intensely appreciated their own

tidak punya komik nasional. Kenapa begitu? Ini ada masalah dengan pendidikan juga. Masalah dari komikus muda adalah terlalu banyak baca komik dan tidak membaca yang lainnya, sehingga jadi asyik sendiri. Akhirnya komik bagi mereka hanyalah permasalahan teknis saja. Tapi kita juga tidak bisa selamanya merasa nyaman dengan alasan itu.

Kalau kita hanya bicara masalah, ya memang sudah seperti itu. Apakah kita sama sekali tidak punya harapan? Faktanya memang kita tidak punya, atau sedang tersisihkan komik lokal dari masyarakat kita sendiri. Benar kata Ade, semua harus berpikir strategis. Elemen-elemen industrinya harus lengkap, dan saya pikir kita tidak bisa menunggu wajib atau *divine intervention* untuk melengkapinya. Semua orang punya jawabannya, dan tidak ada jawaban yang paling benar, kecuali kita mulai bekerja untuk itu.

#### Citatatan Editor

Bagian awal tuturan Hikmat Darmawan, merupakan kombinasi dari makalah asli "Gagasan-gagasan Komik Dari Masa ke Masa: Membandingkan Tradisi Komik Amerika dan Indonesia" dengan transkripsi diskusi; dimana ia membacakan kembali makalah tersebut.

<sup>1</sup> Mas Edi Sutriyono, pengamat seni rupa dan penggemar komik, menunjukkan hal ini pada saya dalam sebuah percakapan.

<sup>2</sup> Saya juga memasukkan komik-komik pendidikan — yang jelas punya gagasan "komik sebagai alat menyampaikan pesan"— ke dalam kategori buah dari gagasan "komik sebagai alat bercerita". Jenis komik ini juga marak di era 1990-an hingga kini, dalam bentuk komik-komik yang merupakan proyek berbagai LSM.

<sup>3</sup> Harvey Pekar, *The Life and Times of Harvey Pekar*, Ballantine Books, 2003.

<sup>4</sup> Komikus muda dari Yogyakarta. Kota ini subur dengan komik beralur cerita. Para pelopor yang patut disebut dari "aliran" ini adalah Athonk dengan Black & White serta kelompok Apotik Komik; yang beberapa tahun lalu menarik perhatian dengan gerakan mural mereka di tembok-tembok jalanan Yogyakarta (dan ditutup oleh rekan seniman rupa di Jakarta?).

<sup>5</sup> Dan saya belum sampai bicara bahwa "karya aneh" pun ada yang bagus dan ada yang jelek. Karya-karya avant-garde utama di Barat selalu merupakan hasil dialog dan respon dengan sejarah seni yang digeluti sang seniman. Karya-karya "avant garde" komik Indonesia kontemporer sering tak lebih dari "kehendak untuk aneh" atau sekadar ikut-ikutan belaka. Seringkali terjadi, pendekatan "avant garde" (atau "postmodernisme"), atau "seni konseptual", atau "seni eksperimental") jadi alasan saja untuk berkelit dari kelelahan kriya atau *story-telling*.

<sup>6</sup> Saya sering, dengan setengah bergurau, berkata pada rekan-rekan saya di komunitas komik Indonesia mutakhir, bahwa penyakit banyak komikus kita saat ini adalah terlalu banyak membaca komik!



public?

This is very interesting especially if we look further backward. Why, for example, did Elex decide to buy Japanese comics? What made them think like that, and what made them succeed? Why can't Indonesian comics be treated that? Should we theorize this, the public will like the comic if they can see themselves reflected in the comic.

Perhaps we should create the demand first, and then the supply. Perhaps this is just a matter of choice. Because they have no other choices, people will opt for what have been provided for them. Just like the soap operas, no matter how bad they actually are, they would be labeled as the "market's demand." I mean, there are strategies behind such things...

**Dimas Jayasrama:** I think the basic problem lies in the exploration of the idea itself. I have a friend who is a comic-freak but has no Indonesian comics in his collection. Probably it's one of the problems, that the comics are not considered as something scientific by the comic artists themselves. There are no apparent efforts to explore the theme sociologically. Say they only have pen and paper, for example... what can be expected of them? I think there's also a chain-effect and linked ultimately with the mentality of the creator.

**Hikmat Darmawan:** I agree that the matter of mentality is an important issue in the problematic of our comic artists today. Precisely at the time when we have abundant references and tools, we have no national comics. Why is this? There's a problem with the education, too. The problem of the young comic artists is that they read too much comics and nothing else. Therefore, they become too preoccupied with themselves. Comics become, for them, merely a matter of



technicalities. But we can't be too comfortable with such excuses for long.

If we merely talk about the problem, well it's like that already anyway. Don't we have any hopes? The fact is, we don't, or at least the local comics are being marginalized in our own society. It is true what Ade (Darmawan) has said, we must think strategically. The elements of the industry must be complete, and I think we can't wait for some divine intervention to make them complete. Everyone has an answer for that, and there's no single correct answer, except that we must start working.

#### Editor's note

The first part of Hikmat Darmawan's speech is a combination of his original paper, "Comic Ideas from Time to Time: Comparing the Tradition of American and Indonesian comics" and the transcript of the ensuing discussion. At the beginning of the discussion, the writer read out his paper.

<sup>1</sup> Mas Edi Sutriyono, an art observer and a lover of comic, mentioned this to me during a conversation.

<sup>2</sup> I also include educational comics—which obviously have the idea of "comic as a means to convey message"—in the category of the idea of "comic as a storytelling means." This kind of comic also bloomed during the nineties until today, in the form of comic created as the projects of various NGOs.

<sup>3</sup> Harvey Pekar, *The Life and Times of Harvey Pekar*, Ballantine Books, 2003

<sup>4</sup> A young comic artist from Yogyakarta. This town is rife with such comic. The forerunners of such "genre" that deserve mentioning are Athonik with the Black&White, and Apotik Komik, who a few years ago grabbed public attention with their mural movements in the street walls of Yogyakarta and followed by visual artists colleagues in jakarta.

<sup>5</sup> And I haven't spoken of how some "weird works" are good, and some are bad. The major avant-garde works in the West invariably resulted from dialogues and responses in the art history explored by the artist. The "avant-garde" works in the contemporary Indonesian comic are often no more than "a wish to be peculiar," or simply copycats. It so often happens that the approach of the "avant-garde" (or "the postmodern," or "the conceptual art," or "the experimental art") proves to be a mere excuse to get around the weakness in the craftsmanship or storytelling.

<sup>6</sup> I often, half jokingly, tell my colleagues in the Indonesian comic community of today that the disease plaguing a lot of our contemporary comic artists is the disease of reading too much comic!

# tigabelasan: strategi visual dalam video musik visual strategy in music video

ruangrupa, Jakarta, 13 Oktober 2003

**Pembicara** Speakers Platon Theodoris (sutradara video musik / *music video director*) & The Jadugar (Anggun Priambodo & Henry Foundation < sutradara video musik & musisi / *music video director & musician* >)

**Moderator** Farah Wardani (kurator, kritikus seni / *curator, art critic*)

**Bersama** Along With Ade Darmawan (seniman, pimpinan ruangrupa / *artist, director of ruangrupa*), Rong-rong (*art director, freelancer*), Sendi (pengunjung / *audience*)

Platon Theodoris: Best Director MTV Video Music Award 2001 & Best Director MTV Video Music Award 2002  
The Jadugar: Best Director MTV Video Music Award 2004

editor: Ardi Yunanto, Agung Hujatnikajenong, Andang Kelana  
terjemahan / translation: Rani Ambyo

**Farah Wardani:** Dalam diskusi ini kita akan membicarakan masalah proses kreatif dalam pembuatan video musik, terutama mengenai strategi visual dan masalah-masalah yang sedang dihadapi dalam industri musik maupun selera artistik pasar dan hal-hal yang menjadi halangan ataupun tantangan... Oke, bagaimana dengan proses dalam video musik? Dan mungkin perbedaan antara *indie* dan *major label*?

**Anggun Priambodo:** Untuk "Train Song" dari LAIN, ide awalnya dari kami. Waktu itu idenya sudah muncul lebih dulu. Jadi tidak ada bicara tentang *budget*, semuanya karena kami tertarik untuk membuat visualnya. Untuk Naif, kami membuat *dummy* dari kolase, presentasi konsep sekaligus *budget* ke mereka, lalu produksi.

**Platon Theodoris:** Untuk 'Kebunku' dan 'Fable' saya menawarkan sendiri karena kebetulan pernah melihat mereka main dan saya tertarik dengan lagunya. Dan asyiknya, mereka percaya sepenuhnya masalah konsep. Berbeda dengan Dewa dan Dewiq yang sudah ada *approach* dan *budget* dari *major label*, sehingga secara konsep susah dijual, karena dengan begitu band dari *major label* sudah datang dengan konsepnya sendiri.

**Farah Wardani:** Bagaimana dengan proses kreatif?

**Farah Wardani:** In this discussion, we're going to talk about the creative processes involved in the making of a music video; especially in terms of the visual strategy and the current problems of the music industry, and also about the artistic taste of the market and things the obstacles and challenges involved... Okay, so, how about the processes in the making of a music video? And, perhaps, what about the differences between the *indie* and the *major labels*?

**Anggun Priambodo:** For the "Train Song" from LAIN, the initial idea came from us. The idea came first. So, there was no talk about the budget; it was all because we were interested to make the visual for the song. For Naif, we first made the dummy from collage, we presented the concept and the budget to them, then we went into production.

**Platon Theodoris:** For *Kebunku* and *Fable*, I myself offered the service as I accidentally saw them play and got interested in the songs. The fun part was because they believed wholeheartedly in me in terms of the concept. It was different with Dewa and Dewiq, because the major label already had a [visual] approach and budget in mind; therefore, it was difficult for us to sell our concept because the bands from the major labels

**Platon Theodoris:** Langkah pertama, mendengarkan dan menghapalkan lagu yang kadang butuh seminggu, bahkan sebulan juga bisa. Saya coba membayangkan di atas musik ini kalau dijadikan *soundtrack*, adegannya apa, ya? Jadi berusaha mendapatkan emosi yang tidak hanya di lirik, tapi juga musik dan iramanya. Dari situ mulai saya kembangkan lagi sebuah cerita ke depan atau ke belakangnya...

**Farah Wardani:** Dari situ, sudah ada kompromi dengan memikirkan orang nanti melihatnya bagaimana?

**Platon Theodoris:** Oh, sama sekali tidak. Jadi untuk *major label* pun, ini konsep saya, kalau diterima ayo kerjasama, kalau tidak, ya tidak usah memaksa.

**Anggun Priambodo:** Ada yang mirip seperti cara Platon tadi. Tapi ada juga yang kami yang sudah siapkan dengan ide visual yang mengendap sebelumnya, tanpa tahu lagunya nanti seperti apa. Lalu tiba-tiba kami mendengarkan lagu, oh, ini cocok dengan visual waktu itu... Akhirnya dicoba... Setelah presentasi awal dan mereka oke, baru kami buat detailnya...

**Farah Wardani:** Oke, lalu bagaimana dengan beberapa halangan yang ada?

**Platon Theodoris:** Sebenarnya saya beruntung untuk video klip "Posesif" dari Naif karena sudah kenal lama dengan mereka sehingga prosesnya bebas dan mereka sangat membantu. Setelah itu meledak, *major label* kemudian datang mencari. Tapi begitu mulai kerjasama dengan *major label*, saya melihat bahwa mereka sebenarnya tidak tertarik membuat sesuatu yang baru dan beda. Mereka hanya ingin artisnya muncul secara menarik...

Saya kontrak 3 klip untuk Naif, dan pernah diteriaki produsernya, "Gimana, sih? Yang pertama klipnya yang ngetop Avi (model video klip Naif "Posesif")! Yang kedua, anak-anaknya jelek! Pokoknya anak-anak harus rapih dan bersih!" Lalu yang ketiga saya buat "Johan dan Eni" versi "Ulang Tahun" dimana mereka rapih dan bersih, setelah yang versi "Unyil" bermasalah. Setelah itu tak pernah ada tawaran lagi dari Bulletin (Records). Dan untungnya setelah gagal beberapa kali dengan mereka, saya sempat kerjasama dengan Club 80's untuk "Bulu

came up with their own concepts.

**Farah Wardani:** How about the creative process?

**Platon Theodoris:** The first step is to listen and memorize the songs, which sometimes take a week or even a month. I try to imagine the kind of scenes to appear over this song, should it be made into a soundtrack. So, I try to capture the emotions, not only in the lyrics but also in the music and rhythm. Then, I try to develop a story, forward and backward...

**Farah Wardani:** From then on, do you already make compromises, thinking about how people would react?

**Platon Theodoris:** Not at all. Even for major labels, I say "This is my concept." If they accept it, then we work together; if not, I don't force it.

**Anggun Priambodo:** Some are like Platon, but some are like us, who are ready with some latent visual ideas, without knowing first what the song would be like. Then all of a sudden we listen to a song, "Ah, this is appropriate with the visual idea we had back then..." Then we try it. After the initial presentation and the clients are OK with it, then we proceed to make the details.

**Farah Wardani:** Okay, then what about the challenges or obstacles?

**Platon Theodoris:** Actually I was lucky in the music video *Posesif* from Naif, as I've known them for quite a while so I was free during the whole process and they were very helpful. When the video became a hit, major labels came to look for me. But once I started working with major labels, I notice that they aren't actually interested in creating something different and new. They just want their artists to appear interestingly...

I signed a contract to make three music videos for Naif, and once the producer yelled at me, "What is it with you? The first time you made the clip, Avi [the model for the video] became popular. The second time, the guys look ugly! I want the guys to look clean and well-dressed!" Then for the third one I made *Johan dan Eni*, the birthday version, where the Naif guys appear clean and well dressed, after I had some problems with the *Unyil* version. After that, I no longer receive any offer from Bulletin (Records).



Tangkis". Setelah itu baru mendapat beberapa tawaran dari *major label* lagi....

**Farah Wardani:** Tapi bagaimana dengan lagu yang tidak disukai bagi Platon dan The Jadugar?

**Platon Theodoris:** Yang penting saya sudah mendapatkan konsepnya dan itu diterima. Walaupun lagunya jelek, tapi kalau menyatu dengan konsep, saya jalankan. Yang penting konsep saya tidak bisa ditawar.

**Henry Foundation:** Kebetulan dalam The Jadugar memang ada dua kepala. Kadang kalau saya tidak dapat ide, Anggun bisa memunculkannya. Terkadang kalau sama sekali tidak ada ide, kami coba mencocokkannya dengan stok ide. Dan kalau masih tidak bisa, karena takut tidak maksimal dan mereka tidak puas, akhirnya dengan rendah hati kami menolaknya.

**Platon Theodoris:** Tapi kalau bandnya baru dan *budget*-nya kecil, mereka biasanya terima apa saja, jadi lebih terbuka. Terus kalau bandnya sudah ngetop, mereka biasanya sok, maunya macam-macam. Sebenarnya bukan dari *label*-nya saja, tapi lebih ke artisnya sendiri juga.

**Farah Wardani:** Artis itu punya otoritas juga?

**Henry Foundation:** Kebanyakan produser karena dia yang punya uang, lalu artisnya nomor dua setelah itu. Dan terkadang pemikiran artisnya berbeda dengan produsernya...

**Rong-rong:** Untuk karya-karya video Platon saya melihat banyak menonjolkan karakter wajah di situ. Apa mungkin kamu punya referensi yang kuat tentang itu?

**Platon Theodoris:** Saya dulu kuliah film, jadi dari awal sudah diajarkan tentang karakter, motivasi karakter, lalu hal-hal teknis seperti kesinambungan gambar, cerita dan sebagainya. Tapi yang paling penting dalam video musik, kalau memang ingin menonjolkan karakter, yang penting karakter itu kuat. Dari segi *performance*-nya mungkin tidak harus cakep atau ganteng, karena

Fortunately, after I failed several times with them, I had the chance to work with Club 80s for the song *Bulu Tangkis*. After that, I start to receive some offers from major labels again...

**Farah Wardani:** But how about the songs that Platon and The Jadugar don't like?

**Platon Theodoris:** The important thing is that I have the concept already, and they accept it. Although the song is bad, if it blends well with the concept, I go for it. The important thing is that my concept is not negotiable.

**Henry Foundation:** It so happens that there are two heads at The Jadugar. Sometimes when I have no idea, Anggun comes up with something. Sometimes when we have absolutely no ideas for a particular song, we try to go with the ideas we already have in stock. If this doesn't work either, for fear that it won't perform maximally and the client isn't happy, we humbly turn the offer down.

**Platon Theodoris:** But if the band is new and the budget is small, they usually are okay with anything. So, they are more open that way. Meanwhile if the band is already popular, they usually put on airs and want so much. It's not only the label; the artists are like that, too.

**Farah Wardani:** Do the artists have some authority over this?

**Henry Foundation:** Mostly it's the producer because that's the one with the money. The artist comes second. Sometimes the artist has a different thought from the producer.

**Rong-rong:** In Platon's music videos, I see from the beginning that you put much emphasis on facial characters. Do you have any strong reference for that?

**Platon Theodoris:** I used to go to a film school; so, from the beginning I had been taught about characters, characters' motivations, and technical stuffs such as the continuity of the



'Posesif', Naif / Platon Theodoris, 2001

yang seperti itu di TV banyak. Kamu harus cari yang agak aneh sedikit, jadi *performance*-nya benar-benar bisa mengikat penonton dan tidak lewat begitu saja. Sebenarnya tantangannya disitu.

Sedangkan untuk The Jadugar, saya lihat mereka lebih bermain dengan seni rupa dan grafisnya, mereka menggunakan elemen-elemen seperti kolase, kereta dan sebagainya. Yang sebenarnya buat saya baru dan beda sekali. Dan mereka tidak memaksa dengan adanya cerita, karakter ataupun kesinambungan yang jelas dengan struktur film yang bagus. Dengan satu mainan kereta yang sangat sederhana, mereka bisa bikin video yang menarik dan menyatu dengan lagu.

Jadi itu sebenarnya, itu mengarah untuk sutradara video musik yang latar belakangnya bukan sinema atau film, lalu mereka memaksa membuat video musik yang filmis, tapi jadi kacau. Buat saya untuk masuk ke dunia ini, kalau memang *background* kamu grafis, atau lukis atau apapun, bawalah itu ke video musik, justru lebih menarik, karena kamu sendiri yang tahu lebih dalam. Dan apapun itu harus menyatu dengan lagu, karena itulah pondasi dari video musik itu sendiri.

**Farah Wardani:** Bagaimana dengan Jadugar yang kuliahnya bukan jurusan Film?

**Anggun Priambodo:** Saya dulu kuliah Desain Interior, sedangkan Hendry Batman kuliah di Seni Grafis. Video musik pada dasarnya memang untuk jualan. Tapi kami disini menawarkan alternatif visual dan mencoba bertahan dengan itu.

**Farah Wardani:** Dan sebenarnya selera pasar atau *audience* sendiri juga pintar kan dalam menerima tawaran itu?

**Platon Theodoris:** Ya. Buktiya waktu video klip Naif yang "Posesif", *audience* yang melihatnya bisa mengapresiasi. Walaupun Bulletin (Records) mengkritik habis dan mau re-edit karena tidak mau Avi (model) tampil sebegitu banyak. Terus

picture, the story, etc. But the most important thing in a music video, if you really want to put the emphasis on the character, is that it has to be strong. In terms of the performer, he or she doesn't have to be good looking, as there are many like those on TVs. You've got to find someone who's a bit peculiar, so the performance can be truly captivating and won't simply pass the audience by. That's where the challenge lies.

Meanwhile for The Jadugar, I see that they play more with the artistic and graphic aspects; they use elements such as collage, trains, and stuffs. What I'm actually making is truly new and different. And they don't insist on the narrative, character, or on a clear continuity with a clean filmic structure. With one very simple toy train, they can create an interesting clip that blends well with the song. That's actually more for video director whose background is not from the cinema or movies. They don't insist on making a cinematic video that ends up being jumbled. For me, to enter this industry, if you have a background in the graphic art, or painting, or anything, just take that with you to your music video. That's more interesting, because you know it better. And whatever it is, it should blend well with the song, as that's exactly the foundation of the music video itself.

**Farah Wardani:** How about Jadugar, whose scholastic background is not the cinema?

**Anggun Priambodo:** My study was Interior Design, while Batman studied Graphic Art. The music videos are basically meant for selling purpose. But here we offer some visual alternatives and try to hold our ground.

**Farah Wardani:** And, actually, the market's taste is OK, isn't it, or the audience are also smart, aren't they, in accepting your offer?

**Platon Theodoris:** Yes. The proof of it was when we made the music video for Naif, *Posesif*. The audience can appreciate the video, although Bulletin (Records) criticized us harshly and



saya bilang, "Coba dulu masuk, kalau misalnya tidak berhasil baru kita re-edit demi anak-anak Naif..."

**Irwan Ahmett:** Bicara video klip sebenarnya agak aneh karena tidak ada barometernya. Saya juga tidak tahu sampai sekarang apakah ada sensor disitu? Standar sensornya sendiri lepas dan ada yang mencoba menaikkan tingkat kemiringannya, dan tidak pernah ada sensor sama sekali yang membicarakan itu. Lain dengan iklan. Atau mungkin karena video musik punya daya jangkau yang lebih sempit dibandingkan iklan?

**Platon Theodoris:** Saya pernah menanyakan tentang sensor karena beberapa kali video musik saya dicekal oleh beberapa stasiun TV yang mengedit dan mencabut adegan yang mereka tidak suka atau menurut mereka tidak boleh. Kejadian pertama kali itu sebenarnya waktu video musiknya Naif yang "Posesif", alasannya ajaib, hanya karena salah satu direkturnya tidak suka dengan waria, itu saja. Lalu kemudian adegan di video klip Funky Kopral yang muntahan seorang cewek dimakan sama kucing, itu hampir mau disensor.

Sebenarnya sampai sekarang saya ingin mencarinya, ada peraturan tertulisnya atau tidak, karena setiap stasiun TV beda? Dan tidak ada. Ada beberapa orang di stasiun TV yang tidak suka dan akhirnya mensensornya sendiri, tanpa pemberitahuan dan persetujuan sebelumnya.

Dan maaf, Wang (Irwan Ahmett), saya sudah melihat karya-karya kamu, seperti mau menguji batasan tata krama yang baik. Maksud saya itu bagus ditayangkan karena belum ada. Dan saya rasa dengan terbukanya MTV sepertinya nanti sensor itu akan dibutuhkan. Karena bisa saja, besok tiba-tiba ada yang protes, lalu tiba-tiba MTV tidak memutar video musik independen lagi karena terlalu kontroversial...

**Henry Foundation:** Untuk masa depan, perkembangan video musik mudah-mudahan bagus, karena kita harus berterima-kasih kepada

wanted to re-edit the video as they didn't want Avi (the model) to appear that often. Then I said, "Try it first. If it doesn't succeed, then we'll re-edit it for the sake of the Naif guys..."

**Irwan Ahmett:** Talking about music video is actually a bit weird, as there is no standard. So far, I myself don't know whether there's actually a censoring body there. The standard is loose and sometimes there are those who try to shift the standard, and there's never been any censoring agent who talks about it. It's different with advertising materials. Or is it because music videos have a smaller target-market compared to advertisements?

**Platon Theodoris:** I've once asked about censorship myself, as several TV stations have edited and took some scenes from my videos; they said they didn't like the scenes, or they said the scenes weren't permissible. The first time it happened was actually with the music video for Naif, the *Posesif* one. The reason was basically unbelievable: one of the directors didn't like trans-sexuals, that was it. Then there was the scene in Funky Kopral's clip, where a girl threw up and a cat ate the stuff. The scene was almost removed.

Actually I still want to find out now. Are there actually written regulations, as every TV station has a different policy? And I find no answers. Some people in certain TV stations don't like the stuff and end up censoring the video themselves, without telling us anything or seeking any agreement.

And I think, Wang (Irwan Ahmett), excuse me, I've seen your works. I think it seems that they are testing the boundary between good or bad manners. I mean, it's good that they're aired, as there has been nothing like them. I think with the opening up of MTV, perhaps there'll be a need for censorship. It can happen that one day, tomorrow perhaps, someone protests something, and then all of a sudden MTV decides not to air independent music videos because they think



"Lagu Cinta", Dewa / Platon Theodoris, 2001

MTV. Saya ingat dulu waktu kecil, video klip itu Cuma ada di TVRI seperti Kamera Ria dan semacamnya, lalu muncul Selecta Pop yang mulai modern dan khusus menayangkan video musik. Kemudian berkembang berbagai pola baru yang juga karena pengaruh musik, seiring dengan munculnya Slank, Dewa dan Kla Project.

Klip Rizal Mantovani yang saya lihat pertama kali itu Kahitna, baru dan kualitasnya mulai naik, mulai memperhatikan warna dan interior. Itu semacam revolusi baru di video musik indonesia. Akhirnya seiring dengan semakin berkembangnya musik yang ada, band dan sutradara pun semakin banyak.

Kemudian ada satu TV yang memulai programnya pagi-pagi sekali dengan durasi setengah jam berisi video musik semua. Sampai akhirnya ada ANTEVE yang mencari pangsa anak-anak muda dengan me-relay MTV dan video musik Indonesia mulai banyak ditayangkan di situ. Lalu semenjak MTV ditayangkan Global TV ada kemungkinan baru bagi band-band *indie* untuk memasukkan klipnya di MTV. Jadi siapapun bisa mencoba memamerkan karyanya di MTV dengan band yang sudah merilis albumnya.

**Ade Darmawan:** Kalau saya perhatikan untuk video musik Platon, kamu banyak menggunakan sesuatu yang kontroversial seperti waria dan sebagainya. Baru-baru ini saya juga lihat ada figur albino di salah satu video musik lain. Ini sebenarnya kecendrungan baru atau memang ada ekspektasi lain di sana?

**Platon Theodoris:** Yang penting bagi saya hanyalah mencari karakter baru yang belum pernah muncul di TV. Waria sejak dulu sudah ada di Unyil dan bisa dijumpai di hampir setiap perempatan kota besar, begitu juga dengan anak-anak *down-syndrom*. Dan kenapa mereka tak pernah ditampilkan? Untuk video klip The Fly yang menggunakan mereka, saya mendapat izin guru dan orang tuanya. Dan mereka senang sekali ada yang menampilkan anak-anak *down-syndrom* ini di video klip. Banyak sih yang bertanya, tapi buat

such videos are too controversial...

**Henry Foundation:** In the future, I hope music videos will develop well, and we must thank MTV for that. I remember that when I was a kid, music videos only existed on the national TV station, such as in the Kamera Ria program and stuff. Then there was the program called *Selecta Pop*, which had a more modern look and specialized in airing music videos. Then there were various new patterns arising due to the influence from music, as bands such as Slank, Dewa, and KLa Project appeared.

Rizal Mantovani's clip I saw for the first time was that for the Kahitna group; it was new and had better quality. The clip betrayed some concerns about color and interior design. It was a sort of new revolution in the Indonesian music video. Then, as the music develops, there are more bands and directors for music video.

Then there was this TV station that began very early in the morning, and it aired various music videos for a full half-hour. Then finally there was ANTeve, seeking market among the youth by relaying the MTV channel, and Indonesian music videos found a place there. Then since Global TV airs the MTV channel, there's a chance that indie bands can send their videos and have them aired on the station. So, everyone can try to exhibit their works on MTV, with bands that already had an album or so out.

**Ade Darmawan:** If I observe Platon's music videos, I see that you use a lot of controversial stuffs, such as trans-sexual and many others. I just saw that you used an albino in another music video. Is this actually a new tendency, or is there another expectation behind it?

**Platon Theodoris:** The important thing for me is to find a new character who never appeared on TV before. Trans-sexuals have appeared in the Unyil series in the old times, and they can be seen on almost every crossroad; and such is also the case with kids with Down syndrome.

saya Cecep (salah satu sinetron TV lokal) itu malah yang menghinanya. Anak-anak *down-syndrome* di video klip *The Fly* itu cuma tampil dan akting, kalau tidak bisa ya tidak usah karena mereka menjadi diri mereka sendiri, bisa nonton TV, berenang, berpesta, semuanya bisa. Hal yang mereka lakukan sebenarnya cukup normal. Dan mereka senang sekali ketika dapat nominasi Best Model untuk video musik dan orang tuanya datang ke acara itu. Sampai sekarang mereka masih sering menelpon, *say hi*, saja. Sebelum ditayangkan di TV kami juga mengadakan pemutaran di sekolah untuk teman-temannya. Mereka malah naik ke atas panggung dan akting seperti di video musik. Jadi anak-anak ini manusia juga, mereka punya emosi, perasaan dan segalanya. Dan mereka tahu ketika saat *shooting*, mereka akting.

**Sendy:** Saya ingin bertanya ke Platon, apa yang ada di pikiran kamu untuk menolak tawaran sebuah video musik, diluar konsep yang tidak sesuai dengan produser maupun musisi? Dan apakah semangat kamu dulu untuk membuat video musik menurun atau berbeda dengan semangat kamu sekarang? Satu lagi, bagi saya video musik Dewa yang kamu buat itu adalah video musik paling bagus yang pernah dimiliki Dewa, tapi kenapa jarang diputar?

**Platon Theodoris:** Sekarang jelas berubah. Dulu saya tidak memikirkan uang dan masa depan. Semangat sekarang masih ada pada saat bertemu artis yang bagus, lagu yang bagus atau yang ajaib pun tidak apa-apa. Atau bertemu dengan artis yang semangat bikin lagu dan berani buat video musik yang beda. Saya pun semangat kalau bertemu band seperti itu. Karena terkadang artis top dari *major label* itu cenderung sombong, suasannya jadi tidak enak, konsepnya diutak-atik dan karena itu lebih baik tidak saya kerjakan. Kalau untuk mencari uang lebih baik di iklan sekaligus, biar jelas. Buat apa saya kerja keras, memberi semangat dan jiwa saya, tapi tidak diapresiasi? Buktiunya 2 klip independen terakhir, artisnya semangat sekali bermain musik. Dan bertemu dengan anak-anak seperti itu sepertinya mau buat video terus-menerus, cuma harus tetap hidup dan cari uang. Jadi dilemanya ada di situ. Kalau saya mau cari uang di video musik, berarti saya harus menjadi industri seperti yang lain, dan saya tidak bisa seperti itu karena itu bisa membuat



Why do they never appear on TV? For the music video for *The Fly*, which employed them, I have permissions from their teachers and parents. They were glad that someone actually shows these kids on a music video. Many are wondering, but for me, Cecep (a character in one of the local TV series) is actually the one who's downgrading. The kids with Down syndrome on *The Fly*'s clip simply performed and acted; if they couldn't, then they shouldn't, because they could simply be themselves, they could watch TV, swim, party... everything. The things they do are actually quite normal. And they were ecstatic when they were nominated as "The Best Model" for music videos, and the parents came to the ceremony. So far they still call me up, say hi. Before the video was aired on TV, we show it at school for their friends. They even went on stage and acted just like they did in the video. So, the kids are also human beings, they have emotions, feelings, everything. They knew when we were shooting; they were acting.

**Sendy:** I want to ask Platon, what do you have in mind when you turn down an offer to make a music video, aside from your having a concept that's different from that of the producer or the musician? And do you still have the same spirit in creating music videos, or has it been different or lower? And another thing... I think the music video you made for Dewa is the best the group ever had. Why has it been so seldom aired?

**Platon Theodoris:** My spirit has changed now, obviously. Back then, I didn't think about the money or the future. I still feel the zest when I meet a good artist, or a good song, or a peculiar one, it's okay. Or when I meet an artist with a passion to make music and dares to have a clip that's different. I get the gusto then. Because, you see, sometimes top artists from major labels tend to be arrogant, and the atmosphere becomes uncomfortable thus; they tinker with my concept,



Kiri Left: Dia Adalah Pusaka Sejuta Umat Manusia yang Ada di Seluruh Dunia, Nail / The Jadugar, 2003  
Tengah Center: Train Song, Lain / The Jadugar, 2002  
Kanan Right: "Ali Baba", Boys Are Toys / The Jadugar, 2004

saya tidak kreatif. Sekalian saja saya mengerjakan iklan, sudah jelas jadi tukang, bayarannya besar dan saya bisa hidup. Tidak harus memikirkan konsep, karena konsentrasinya lebih ke teknis dan eksekusi. Karena dari dulu saya membuat video musik dengan totalitas.

Kalau pun kamu tanya video musik mana yang paling saya suka, saya pasti menjawab video musik Dewa, itu saya puas sekali. Dengan budget besar, ada Art Director yang benar, ada *underwater* pula. Lalu Dewanya tidak suka dan Aquarius (Records) bilang itu jelek, ya sudah. Saya sempat tanya kok tidak pernah ditayangkan? Dan mereka jawab terus terang kalau itu jelek. Ya sudah, mau bagaimana? Dewa-nya sendiri waktu presentasi cuma hadir 5 menit, melihat 2 kali lalu pergi dan bilang terima kasih. Mereka tidak pernah memberi komentar itu bagus atau jelek. Dhani Dewa dan Erwin datang berdua dan komentar mereka, Dhani merasa dia agak gemuk di video musik itu, bisa dikurusin tidak? Saya bilang tidak dan dia tak pernah bertanya lagi....

**Farah Wardani:** Oke, sekian karena sudah malam, terima kasih buat penonton, juga buat The Jadugar dan Platon...

and therefore it's better if I don't do it altogether. If I want to make money, it's better if I work on advertisements; it's clearer that way. For me, what's the use of working hard, giving it my all, if the work is not appreciated? In the latest two independent videos I worked on, the artists were passionate in making music. Meeting guys like those makes me want to create videos all the time. But I have to survive, to live, and make money. So there lies the dilemma. If I want to make money in videos, it means I have to act like any other in the industry; and I can't, as it makes me feel tied up, it is as if my creativity is drained. I can simply create ads; it's clear then that I simply work as an artisan, the money is big, and I can live on it. I don't have to think about the concept, as the focus is more on technicalities and the execution. I've been creating videos all-out for ages.

If you ask me which video I like the best, I'll certainly answer, "the Dewa clip." I was so satisfied there. The budget was big, we had a real Art Director, and there was an underwater scene. Then the band said they didn't like it and Aquarius (Record) said it was no good; so, okay then. I asked them once, why it's never been aired. They were very up front, said that it was no good. Okay, then, what can you do? During the presentation, the band were there for only five minutes, they saw it twice, then left and said thanks. They never commented before, whether it was good or bad. Dhani Dewa and Erwin came together and Dhani said that he looked a bit fat on the video, "Can you make me look thinner?" I said no, and he never asked again...

**Farah Wardani:** Okay there. We should finish here as it's getting late. Thanks to the audience, and also to The Jadugar and Platon...



**Karbon Edisi Depan Next Edition of Karbon  
Seniman Artist**

[karbon@ruangrupa.org](mailto:karbon@ruangrupa.org)  
[www.ruangrupa.org](http://www.ruangrupa.org)