

---

# DIY *REPORT*

---

— a note on progress —



You're holding the beta version of DIY Report.  
To keep updated for the latest version, subscribe to:  
<http://designityourself.c2o-library.net>



# foreword

Mulai tahun lalu, kami menggelar Design It Yourself, satu rangkaian acara desain yang digelar selama bulan Oktober 2011 di Perpustakaan CzO. Dalam acara ini, kami mengajak berbagai pihak, mulai dari komunitas kecil, praktisi bisnis, dan akademisi yang berkaitan dengan desain, terutama di Surabaya, untuk bersama-sama mengintrospeksi diri dan berbagi cerita mengenai situasi kondisi masing-masing dalam satu forum sharing & presentasi. Berbagai disiplin desain diulas di sini, mulai dari pengantar desain, tipografi, bisnis dan manajemen desain, fashion, branding, digital media design, komik, urban art, hingga urban planning dalam bentuk diskusi santai dan pemutaran film yang berkaitan.

Terlepas dari segala kekurangannya, DIY 2011 mendapat banyak respon, kritik, dan masukan bernada positif

baik dari panelis maupun pengunjung. Respon dan gelombang energi positif ini harus dijaga alur dan ritmenya serta disebarakan seluas mungkin. Untuk itu akan diluncurkan publikasi pasca acara: DIY Report 2011.

Harapannya, dengan adanya publikasi & website ini, diskusi di DIY Oktober 2012 nanti akan lebih progresif dan berdampak lebih nyata. Kami berharap, keberadaan dokumentasi dan publikasi ini dapat sedikit membantu membuat permasalahan-permasalahan yang mungkin terasa begitu kompleks dan kabur menjadi lebih terlihat (visible) dan terwujud (tangible). Kami percaya, dokumentasi dan referensi adalah langkah awal yang penting untuk sebuah proses: Design It Yourself.



# CONTENTS

---

## DIY TALK REPORT

---

- 1 Introduction to Design
- 2 Design Business & Management
- 3 Graphic & Branding
- 4 Comics
- 5 Urban Art
- 6 Fashion
- 7 Digital media design
- 8 Architecture & Urban Planning

---

## ARTICLES

---

- Sustainable Public Spaces in Surabaya - Gunawan Tanuwidjaja
- Manajemen Desain - Bayu Prasetya
- Bukannya Sok Menjadi Keren, Tapi Memang Keren - Benny Wicaksono
- BRAngeous: Brain Release Art & Dangerous - Luri, Nita, Dinar
- Dialektika dalam Seni Urban - Obed Bima Wicandra
- Pembentukan Surabaya Fashion Carnival - Velkiza Vinanda
- Surabaya dalam 6 Keping Kata - Anas hidayat
- Surabaya: Pentas Kota dalam Jagat Kampung - MADcahyo

---

## OTHER SESSIONS REPORT

---

- DIY Ideas
- DIY Market
- DIY Picnic: Zine//Picnic
- DIY Exhibition: Atom Jardin & Tempertantrum
- DIY Workshop: Malaikat & Singa

---

## PROFILES

---

---

## LIST OF COMMITTEES & SPONSORS

---

---

## COMPLETE LIST OF PARTICIPANTS

---

---

## COLOPHON

---



# DIY Schedules

Minggu	17.00	DIY Talk: Introduction to Design
02 Oktober 2011	19.30	DIY Screening: The Genius of Design
Sabtu	17.00	DIY Talk: Management of Design
08 Oktober 2011	19.30	DIY Screening: Objectified
Minggu	17.00	DIY Talk: Graphic & Branding
09 Oktober 2011	19.30	DIY Screening: Helvetica
Jumat	18.00	DIY Exhibition opening: Tempertantrum: A mixtape collective exhibition
14 Oktober 2011		
Sabtu	17.00	DIY Talk: Comic
15 Oktober 2011	19.30	DIY Screening: Beautiful Loser
Minggu	17.00	DIY Talk: Street Art
16 Oktober 2011	19.30	DIY Screening: Exit Through the Gift Shop
Selasa	12.00	DIY Workshop: Malaikat & Singa
18 Oktober 2011		
Sabtu	17.00	DIY Talk: Fashion
22 Oktober 2011	19.30	DIY Screening: Bill Cunningham New York
Minggu	17.00	DIY Talk: Digital Media
23 Oktober 2011	19.30	DIY Screening: RIP! Remix
Kamis	18.00	DIY Exhibition opening: ATOM JARDIN S Olo exhibition of woodblock prints by Yudha Sandy
27 Oktober 2011		
Sabtu	17.00	DIY Talk: Architecture & Urban Planning
29 Oktober 2011	19.30	DIY Screening: Visual Acoustics
Minggu	11.00	DIY Picnic: Zine-makers gathering
30 Oktober 2011	16.00	DIY Market: local crafts, 2ndhand trinkets
	18.00	DIY Ideas

---

# DIY *Talks*

---

*Discussion Summaries*

---



# Introduction to Design

---

*DIY Talk*

DAY 1 REPORT

---

**Panelist**

Bing Fei

Josef Prijotomo

Anas Hidayat

**Moderator**

Ramok Lakoro

---

**“Ayah, desain itu apa?” tanya Jasmine. Pertanyaan yang sebelumnya dilontarkan iseng oleh Ayo padanya. Pak Ramok, ayahnya, tertawa kecil dan menjawab, “Kamu duduk di sini saja. Mungkin nanti kamu akan tahu jawabannya.”**

**“Sembilan tahun yang lalu pertanyaan yang mirip pernah dilontarkan juga pada saya, oleh calon mertua saya. ‘Kerjanya apa?’ Kalau saya jawab ‘desainer’, mereka tahu nggak yah? Bisa-bisa malah memancing pertanyaan-pertanyaan yang lebih banyak. Jadi saya jawablah, ‘Dosen’. Dan selesailah semua permasalahan,” lanjut Pak Ramok, disambut gelak tawa para pengunjung.**

Kathleen Azali

Minggu sore, 2 Oktober 2011, tikar-tikar telah siap di pelataran belakang C2O. Sambil menunggu acara dimulai, ada yang melihat-lihat atau membaca-baca buku. Di ruang kecil di belakang, ruang yang disulap menjadi think thank lab (alias kantor, gudang, sekaligus kamar kos (??) C2O), presentasi untuk malam itu disiapkan.

Memang, ada banyak pengertian desain, entah sebagai cara berpikir (way of thinking), pemecahan masalah (problem solving), sebagai hasil, sebagai proses, sebagai hanya visual, dan lain-lain. Di Design It Yourself (DIY), desain kami artikan sebagai sesuatu yang sangat mendasari aktifitas manusia—penempatan dan pengelolaan apapun untuk mencapai tujuan yang diinginkan adalah proses desain. “Semua orang mendesain, ketika mereka merancang rangkaian rencana, cara, aksi, apapun, untuk merubah situasi yang ada sekarang, menjadi situasi yang lebih baik atau diinginkan,” papar Andriew Budiman dalam presentasinya mengenai DIY 2011 yang membuka acara malam itu.

Desain di sini kami pahami sebagai pemikiran yang integral, apalagi di jaman yang semakin mobile dengan sistem berjejaring, makin diperlukan ruang untuk bertatap muka, berdialog, menyikapi perbedaan dan berkolaborasi.

Maka, di tahun pertama Design It Yourself, kami mengangkat tema Contemporary Local Design Scenes dengan tujuan mengumpulkan, meneliti dan memetakan situasi, kondisi, dan permasalahan-permasalahan dalam desain di Surabaya. Fokus utama memang pada dialog dan diskusi, dengan suasana yang santai dan tentunya tidak kehilangan begejegan khas Suroboyoan.

**Design: Desain, atau Rancang? Permasalahan istilah, atau esensi pemahaman?**

“Trust me, I’m an Architecxt,” tertulis di kaos yang dikenakan Anas Hidayat sore itu. Seorang arsitek dari Republik Kreatif, Anas sebenarnya merasa lebih cocok menulis, apalagi dia merasa kebanyakan arsitek kerap mengabaikan penulisan dan pengkajian. Mengenai desain di Surabaya, beliau mengatakan:

Kita sering melihat Jakarta, Bandung, apalagi yang di luar negeri, sebagai lebih hebat, lebih bagus. Sebenarnya sama saja. Tapi kita gagal melihat esensinya. Khusus dengan lokalitas, penyakitnya tambah satu: rabun dekat. Silau dengan yang di luar, kita gagal melihat lokalitas kita sendiri. Jadi di Surabaya ini, yang menjadi tempat kita ini, justru jarang sekali kita eksplor, kita jelajahi.

Panelis berikutnya, Prof. Josef Prijotomo, guru besar arsitektur ITS, mengatakan sebenarnya ada dua terjemahan dari design, yang diambilnya dari Gunawan Cahyono:

Pertama, ‘desain’, yang di-Indonesiakan dari design. Akarnya adalah sign itu sendiri, tanda. Memasang tanda diri pada karyanya. Di sini, ada dimensi individu, ego, yang menekankan pada pembuatnya, ada signature-nya. Kedua, ‘rancang’,

sebagai problem-solving, pemecahan masalah, yang menekankan pada karyanya, bukan pembuatnya. Ini memprioritaskan manfaat pada masyarakat, dan individualitas dimundurkan ke belakang. Ini akan menentukan sikap kita.

Lalu, apakah desain dan rancang kemudian menjadi dua domain yang terpisah? Ayos Purwoaji, inisiator blog perjalanan Hifatlobrain Travel Institute, mempertanyakan apakah tidak mungkin desain dan rancang dalam pengertian di atas adalah tahapan-tahapan. Apakah tidak ada tumpang tindih, atau bahkan kesinambungan, di sana?



Kemudian, apakah kita lantas dapat menyimpulkan bahwa semua orang yang mengaku sebagai desainer lantas mementingkan individualitas diri, sementara semua perancang sebagai yang mementingkan karya? Lalu bagaimana ini menjawab adanya banyak perancang busana Indonesia yang mempunyai signature yang kuat?

Bing Fei, yang mempelajari desain secara otodidak dan tidak pernah mengenyam pendidikan formal desain, memaparkan bahwa secara praktis, beliau tidak ingin terlalu memusingkan definisi—apakah dia disebut desainer atau perancang—yang kemudian menghambatnya dalam bekerja dan berkarya. Secara penyikapan, Bing Fei juga tidak mementingkan pencantuman nama diri. “Semuanya perlu disesuaikan dengan tujuan karyanya,” ucapnya.

Jadi, meskipun mengaku sebagai desainer, penyikapan yang diambil bisa tetap pada memprioritaskan manfaat dan tujuan. Ini menunjukkan bahwa kita tidak dapat dengan mudah mengkotak-kotakkan semua orang yang mengaku desainer sebagai mengedepankan ego dalam karyanya, sementara perancang sebagai yang mengedepankan manfaat dan tujuan karya.

Tampaknya, ada semacam ketidaknyamanan terhadap istilah dalam bahasa Inggris yang dianggap tidak lokal, atau kurang Suroboyo-an. Di satu sisi, arek Suroboyo ingin mempertahankan tradisi, bahasa, dan identitas mereka, tapi di sisi lain kita juga ingin turut berpartisipasi dalam perkembangan global. Ini menjadi pertanyaan mendasar yang dilontarkan Prof. Josef kepada forum DIY:

Lho kenapa kok DIY, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kok nggak GDC? *Garapen Dewe, Cok!* Ini sampai pada pertanyaan yang ingin saya lontarkan pada forum ini. Ini maunya

membaratkan diri, dengan ber-Inggris-Inggris ria, tapi cuma judulnya, atau kita mau menggloalkan diri? Nah bahasa Inggris itu bisa kita pakai untuk menggloalkan diri, atau sekedar sok-sokan.

Pemunculan dan popularitas karya dan pembuatnya—termasuk karya desain dan desainernya—tidak terlepas dari situasi kondisi politik, ekonomi, sosial dan budaya sekitarnya. Representasi dan popularitas karya pun, sebenarnya merupakan bagian dari proses ini. Surabaya memang sejak lama dikenal memainkan peran utama dalam menggabungkan tradisi dan modernitas, bahasa dan budaya lokal dengan perkembangan global. Mayoritas penduduknya berbahasa Jawa (dengan kekhasan masing-masing, bercampur dengan pengaruh Madura, Hokkien dan Melayu yang di-Jawa-kan) dan Indonesia.

Ada banyak media yang menggunakan bahasa lokal. Bahkan, dua majalah yang seluruhnya ditulis dalam bahasa Jawa pertama kali diterbitkan di Surabaya, yaitu *Panjebar Semangat* (dari sekitar tahun 1930an) dan *Jaya Baya* (edisi pertama diterbitkan tahun 1945). Begitu pula ada stasiun TV lokal, JTV. Apalagi sejak desentralisasi, peng-“Suroboyo”-an ini bisa dengan mudah dijumpai di setiap sudut kota seperti slogan, iklan, papan nama dan bahkan rambu lalu lintas. Produk-produk yang menggunakan vernakuler ini, seperti Cak Cuk, dan sekarang baju dan aksesoris yang mengusung ikon Bonek (*Bondo Nekad*), tumbuh menjamur di Surabaya.

## Pendidikan desain

Akademisi seharusnya berperan besar dalam pembentukan representasi desain. Sayangnya, menurut Prof. Josef, situasi akademis di Surabaya memang cukup ruwet, apalagi jika berkaitan dengan pegawai negeri. Berkaitan dengan beberapa pendidikan tinggi desain, untuk



**Tampaknya, ada semacam ketidaknyamanan terhadap istilah dalam bahasa Inggris yang dianggap tidak lokal, atau kurang Suroboyo-an**

prosedur yang sangat panjang. Prof. Josef memberi contoh, ada salah satu dosen di ITS dengan etika dan sistem kerja yang tidak bertanggung jawab.

Dia hanya datang untuk tanda tangan absen dan mengambil amplop gaji, kemudian pulang. Tugas-tugas pendidikan, mahasiswa-mahasiswanya disuruh datang ke rumahnya. Kalau dia dipecat, dinyatakan dikeluarkan sebagai pegawai negeri, prosesnya bisa sampai 12 tahun. Males ngentenne, jarno ngono wae (Malas menunggu [pemecatannya], ya sudah dibiarkan saja seperti itu)! Di Indonesia kepegawainegerian itu memang seperti itu.

Tampaknya, kita tidak bisa menggantungkan diri pada sistem pendidikan yang ada. Dari pengalamannya sendiri dan hasil interaksinya dengan lingkungannya, Bing Fei bercerita bahwa terutama yang penting di sini adalah kecintaan masing-masing pada desain sendiri. Apakah itu jalan yang kita yakini?

Beliau tidak mengambil jalur pendidikan desain resmi, tapi beliau—dan banyak praktisi-praktisi desain lainnya—mendorong untuk mencari dan menganalisa sendiri informasi-informasi melalui berbagai media (seperti majalah, internet, buku) dan melalui perkumpulan-perkumpulan.

Itu semua kembali lagi sebenarnya ke diri kita masing-masing. Soalnya sebenarnya saya heran juga, dengan institusi-institusi pendidikan yang seperti berlomba-lomba membentuk DKV. Ada euforia. Soalnya ketika teman-teman atau orang yang berniat magang saya wawancara, kok hampir 80% sepertinya tidak tahu kenapa mereka masuk ke sekolah desain. Rata-rata jawabannya karena: Enak, *isine nggambar tok*.

Atau, tidak ada matematikanya. Jadi sebenarnya kembali-kembalinya ke hati kita sendiri. Proses pencarian diri bisa dimulai saat kita sekolah, saat kita SMA, kita sudah membuka wawasan seluas-luasnya, sehingga kita tahu apa

yang ada di luar sana, mencoba sebanyak-banyaknya dengan *trial & error*.

Di sini tampak adanya bahaya pembentukan fakultas dan/atau jurusan desain yang tidak diimbangi dengan pemikiran konseptual dan sumber daya yang matang. Desain menjadi identik dengan menggambar, misalnya. Atau lebih parah, jurusan yang mudah, visual saja tanpa hitung-hitungan.

Prof. Josef menceritakan perjalanan beliau di ranah akademis. Sebagai akademisi, kita juga harus cermat melihat kesempatan dan peluang sekitar, dan apa yang bisa kita lakukan atau manfaatkan secara mutual, untuk membangun wacana, sekaligus memberi penghargaan bagi kita sendiri.

Misalnya, ada mata pelajaran yang harus diberikan tapi tidak ada yang memberikan, dan tidak diberikan di sekolah-sekolah. Saya perjuangkan mata kuliah itu. Di ITS, akhirnya berhasil, waktu itu saya mengajarkan “Teori

Arsitektur” untuk diajarkan. Siapa yang ngajar? Ya yang mengusulkan [yang melaksanakan], *sing petok lak sing ngendhog?* Memang arah saya ke sana. Nah waktu itu, sistemnya kan seluruh PTS ada di bawah kendali PTN.

Teror pun saya langungkan ke Pimpinan Jurusan. Semua PTS harus ada Teori Arsitektur. Ujian Negara harus ada. Ada 7 PTS di Jawa Timur saat itu, kelilinglah saya. Dari situ pula lah kemudian saya kemudian membangun wacana dan cara berpikir.

Selain itu, Prof. Josef juga mencari “ceperan tambahan” halal lainnya yang juga membantu pembentukan wacana itu sendiri. Setiap dua minggu beliau selalu menurunkan tulisan ke koran.

Pada intinya saya bersikap bahwa saya ingin menunjukkan bahwa gaji pegawai negeri tidak membuat pegawai negeri dan keluarganya mati, bisa hidup, bisa bertahan hidup. Sikap diri itu yang sangat menentukan. Personal branding itu



**Mungkin kita perlu menjalin hubungan-hubungan di luar komunitas kita sendiri. Atau mempelajari cara-cara baru untuk berkolaborasi dan melakukan berbagai proyek.**

juga saya bangun dari tulisan-tulisan saya di koran. Saya usahkan konsistensi, tiap dua minggu sekali, saya harus menurunkan tulisan di koran. Perlahan-lahan pun mulai muncul permintaan untuk menjadi pembicara, undangan-undangan, dan lain-lain.

Anas Hidayat yang mempunyai latar belakang arsitektur, juga mengatakan bahwa beliau sendiri lebih nyaman dalam ranah penulisan dan kajian arsitektur. Beliau melihat kurangnya perhatian terhadap pengembangan wacana dan dokumentasi arsitektur di Surabaya.

Prof. Josef juga berkata, jangan kecil hati mendengar status penulis, yang mungkin kerap dipersepsikan sebagai tidak menghasilkan. Ada banyak hal-hal kecil di sekitar kita, peluang-peluang, yang kalau bisa kita olah, sebenarnya bisa menghasilkan, bermanfaat, baik untuk diri sendiri, maupun sekitar kita.

## Media di Surabaya

Pembangunan wacana lokal melalui media

massa, sayangnya dinilai kurang diwadahi. Informasi-informasi acara maupun karya desain masih jarang termuat di media. Bisa dimengerti, media utama pun bersaing ketat mengikuti perkembangan dan kecepatan jaman, dan mereka akan menampilkan berita-berita yang menurut mereka memiliki nilai jual.

Tampaknya, acara maupun karya-karya ini masih belum dinilai layak ataupun menarik untuk ditampilkan oleh media lokal. Urai Prof. Josef: Koran lokal itu, kalau saya harus jujur ngomong, koran Suroboyo itu levelnya pembaca SMP.

Kamu lihat Jawa Pos itu, dalam DETEKSInya itu isinya SMA saja. Ya, Jawa Pos itu levelnya SMA. Sementara Kompas, yang levelnya sarjana, lihat saja. Kompas Jawa Timur sudah tutup.

Kita ada JTV, yang dibanggakan sebagai punya Suroboyo, tapi levelnya ya itu, becakan. Kita nonton JTV bukan untuk cari informasi, tapi untuk ketawanya. Isinya banyol-banyol tok.

Majalah? Hayo, *Joyoboyo? Panjebur Semangat?* Media Koran, nggak. Majalah, nggak. Televisi, nggak. *Opo maneb?* Radio? Suara Surabaya sebenarnya cukup bagus, tapi saya lihat 90% isinya laporan perjalanan tok.

Komunitas Anda jujur tidak punya wahana, wadah, untuk menyampaikan ide-ide dan informasi kepada masyarakat.

Sebagai contoh, di Jakarta, berita kegiatan-kegiatan di Japan Foundation, Salihara, Goethe, bisa ditemukan di Kompas, TEMPO, Jakarta Post, Jakarta Globe, bahkan majalah Femina. Dengan kurangnya kualitas media yang mapan di Surabaya saat ini, apakah tidak ada sarana untuk mengayomi, mewadahi pemikiran-pemikiran desain di Surabaya? Bagaimana kita dapat memunculkan informasi-informasi Surabaya yang tidak tertampung? Dan dari segi apa kita menggunakan media-media kota lain sebagai pembanding (benchmark)? Berikut adalah beberapa ide yang terlontar.

Pertama, kita bisa dengan memanfaatkan sarana dari kota lain. Anas Hidayat bercerita bagaimana ketika mereka menerbitkan buku mengenai arsitektur kontemporer Surabaya, mereka juga sangat kesulitan mencari penerbit di Surabaya. Mereka akhirnya menerbitkan melalui

penerbitan Jakarta yang memiliki jauh lebih banyak penerbit. Jadi, mungkin ini adalah salah satu taktik paling mudah yang bisa kita gunakan untuk menampilkan informasi mengenai Surabaya. Tampilkan, dapatkan pengakuan dulu di kota lain, bahkan negeri lain.

Kedua, sebenarnya bisa dengan menggunakan internet. Prof. Josef sangat mendorong kita untuk memanfaatkan media yang relatif murah dengan jangkauan yang sangat luas (global) ini. Pembuatan media yang mewadahi desain di Surabaya melalui internet bisa menjadi media Surabaya untuk mendunia. Bisa dilakukan dengan cukup murah, dan penikmatnya tidak



**Kita jauh lebih familiar dan mudah mengakses informasi desain dari luar daripada dari sekitar kita.**

Terbatas.

## **Dokumentasi dan Wadah Desain di Surabaya**

Dari diskusi di atas, tampak menonjol beberapa permasalahan desain di Surabaya. Pertama, institusi pendidikan yang relatif muda, dan tertatih-tatih dalam merespon perkembangan zaman, selain juga terbelenggu dalam sistem birokrasi yang sudah ada.

Kedua, media massa seperti koran, TV, majalah yang kurang memberi ruang pada komunitas dan desain untuk menampilkan ide dan berdialog. Begitu pula penerbitan publikasi lainnya seperti buku, jarang terlayani di Surabaya karena minimnya penerbit di Surabaya.

Ketiga, lemahnya dokumentasi dan referensi acara dan karya (desain), terutama yang berkaitan dengan lokal, sehingga kita jauh lebih familiar dan mudah mengakses informasi desain dari luar daripada dari sekitar kita.

Semuanya ini, ditambah dengan minimnya tempat atau ruang di Surabaya yang dapat menjadi tempat pertemuan untuk berdialog, berjejaring, berkolaborasi. Tapi di sisi lain, ada banyak celah-celah dan peluang yang belum terlalu dimanfaatkan.

Salah satunya adalah internet. Apalagi dengan munculnya berbagai gadget yang memudahkan kita untuk mengakses internet, sebenarnya sudah tidak ada lagi alasan bagi kita untuk tidak memanfaatkan media ini. Teknologinya sudah ada, dan kita dapat dengan mudah mempublikasikan tulisan, foto, video dan media-media lainnya melalui internet.

Sudah menjadi pengetahuan umum, bahwa masyarakat kita adalah masyarakat yang mempunyai antusiasme yang tinggi dalam mengkonsumsi media-media elektronik. Kita menempati peringkat kedua (setelah Amerika) penggunaan jejaring sosial Facebook. Orang-orang sibuk dengan gadgetnya sudah menjadi hal umum. Di sisi lain, kita juga perlu bersikap

Selain teknologi dan media, kita perlu mengkritisi kemampuan dan sumber daya kita dalam menggunakan teknologi tersebut untuk menyimpan, mengolah, menyebar, dan menukar informasi. Teknologi perlu diimbangi dengan kemampuan pengolahan yang memadai, selain juga konsistensi perawatan dan perkembangan teknologi tersebut. Sistem yang kompleks dibentuk oleh semua orang yang menggunakannya, terutama di jaman sekarang yang makin berjejaring dan kolaboratif. Di sini ada baiknya sebelum kita merancang sesuatu, kita meningkatkan kepekaan dan pengetahuan kita mengenai situasi kondisi sekitar (Surabaya). Mungkin kita perlu menjalin hubungan-hubungan di luar komunitas kita sendiri. Atau mempelajari cara-cara baru untuk berkolaborasi dan melakukan berbagai proyek. Meningkatkan kemampuan kita berdialog dan berkomunikasi mengenai lingkungan dan konteks kita, dan melibatkan teman-teman kita untuk turut aktif berpartisipasi. Membina hubungan-hubungan baru antara pembuat dan pengguna yang batas-batasnya pun semakin kabur. Hal-hal ini sulit dilakukan jika kita tidak mengenal situasi sekitar dan berdialog satu sama lain. Dokumentasi dan referensi mengenai situasi kondisi Surabaya ini lah yang kita akui kita sangat lemah, dan kita berharap dapat perlahan-lahan kita bangun bersama melalui acara ini.

## **Referensi**

Faruk. Sastra dalam Masyarakat Indonesia (Ter-)Multimedia(-kan): Implikasi Teoretik, Metodologis, dan Edukasionalnya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.

Hoogervorst, Tom Gunnar. "Urban Dynamics: An Impression of Surabaya's Sociolinguistics Setting." *Wacana: Jurnal Ilmu Pengetahuan Budaya*, Vol. 11 No. 1 (April 2009): 39-56. Jakarta: Universitas Indonesia.

Thackara, John. *In the Bubble: Designing in a Complex World*. Cambridge: MIT Press, 2005.

## **Unduh rekaman diskusi**

[http://www.archive.org/download/DesignItYourself2011-DiyTalk1IntroductionToDesign/DiyTalkDay1\\_IntroductionToDesign.mp3](http://www.archive.org/download/DesignItYourself2011-DiyTalk1IntroductionToDesign/DiyTalkDay1_IntroductionToDesign.mp3)

# Design Business & Management

---

*DIY Talk*

DAY 2 REPORT

---

**Panelist**

Bayu Prasetya  
Arghubi Rachmadia  
Nitchii  
Vinka Maharani  
Maritjee

**Moderator**

Ayos Purwoaji

---

Diskusi kedua dalam rangkaian acara Do It Yourself (DIY 2011) yang diselenggarakan pada tanggal 8 Oktober 2011 ini berlangsung hangat dan meriah. Para pembicara terlihat antusias dalam membedah bersama mengenai praktik dan implementasi dari manajemen desain. Diskusi menjadi lebih menarik karena latar pembicara yang beragam, ada yang berasal dari agensi, ada yang berbasis komunitas, ada juga yang berlatar belakang sebagai seorang lonesome freelance.

Ayos Purwoaji

Tapi dari semua pembicara memiliki benang merah yang sama, bahwa manajemen terhadap proses desain itu sangat penting. Namun yang membedakan antara satu pembicara dengan pembicara lainnya adalah pelaksanaan manajerial yang tergantung pada jenis usaha yang dijalankan. Maritjee misalnya, ia memiliki jam kerja rutin setiap harinya untuk memudahkan produksi tas hasil rancangannya yang dilakukan oleh para pekerja. Sedangkan Bayu, managing director dari GraphiChapter, mengatakan bahwa alur manajerial di bironya tidak hierarkis, melainkan setara. “Saya nggak ingin mematikan adanya potensi ide baru dari para desainer. Selain itu kami membagi dua pola kerja, satu bagian konsep (dikerjakan oleh para senior desainer) dan satu lagi bagian eksekusi (dikerjakan oleh para junior desainer, biasanya outsourcing mahasiswa desain)” Untuk jam kerja, GraphiChapter menerapkan jam kerja biasa seperti layaknya kantor lain, tapi ini tidak berjalan kaku. “Seringkali desainer datang setelah

Duhur atau sore, biasanya yang datang sore ini mereka yang ingin bermalam di kantor. Aturan main kami fleksibel, asalkan finish by deadline. Jadi misalnya ada waktu seminggu untuk bikin dummy, ya sudah terserah desainer mau mengerjakan

kapan saja, salkan selesai pada waktunya,” kata Bayu. Sedangkan Nitchii menerapkan standar waktu yang berbeda. Ia mengerjakan berbagai proyek ilustrasinya di malam hari. “Soalnya aku kan masih kerja di agensi ya, jadi kalo sore pulang kerja, malamnya aku kerjain ilustrasi. Di sini passionku. Dalam waktu dekat bisnis ilustrasi dan craft ini mau aku tekuni secara fulltime, sedangkan kerja di agensi jadi sampingan...” kata Nitchii. Komunitas menjadi bagian penting yang menyokong proses kreatif para desainer. Semua pembicara sepakat akan hal tersebut, termasuk Nitchii dan Maritjee yang tergabung dalam serikat desainer wanita di Surabaya yang bernama BRAngerous. “Komunitas kreatif ini yang bikin

kita terus berkarya, sering kita tukar pikiran atau gagasan meski hanya lewat milis saja,” kata Maritjee. Ghubi, dari Aiola dan Global Appleworks mengatakan bahwa menjaga keberlangsungan sebuah komunitas juga bukan hal yang mudah. “Pasti jatuh bangun, ada yang datang ada yang pergi. Tapi berbagai kolaborasi kreatif membuat kita bisa terus berdiri sampai hari ini,” kata Ghubi yang membangun Global Appleworks sejak 2004.

Sharing menarik tentang keberadaan komunitas juga disampaikan oleh MadCahyo, seorang sesepuh di deMaya, desainer muda Surabaya, sebuah komunitas untuk para desainer (muda?) yang beberapa kali menggelar acara kreatif di Surabaya. “Komunitas itu seperti rumah, tapi tanpa sekat, tanpa pintu, dan tanpa tembok. Siapapun boleh keluar masuk dan berkontribusi.

Anggota deMaya datang dari mana saja, mulai kelasnya professor hingga mahasiswa, mulai dari freelancer hingga pemerintah kota. Jadi ini merupakan ladang untuk memperluas

pergaulan dan saling bersilaturahmi antar insan kreatif,” kata MadCahyo.

Pernyataan sesepuh deMaya ini langsung ditanggapi oleh Bayu

GraphiChapter, “Sebagai salah satu anggota deMaya, saya juga dapat relasi dengan

pemerintah kota dari milis ini, jadi ya bisa jadi dengan bergabung di komunitas kreatif, selain memperluas pergaulan kita juga bisa menjaring klien baru yang potensial. Komunitas yang kuat dan sustainable seharusnya bisa hidup dan menghidupi anggota komunitas itu sendiri” kata Bayu. Namun berurusan dengan pemerintah sendiri masih menjadi domain yang agaknya rawan bagi para desainer. “Mereka itu masih belum punya regulasi yang jelas untuk menentukan tender-tender desain. Konon proyek bagi para desainer masuknya di sub multimedia, tapi proyek multimedia isinya hanya pengadaan komputer di sekolah-sekolah,” kata Bayu. “Pemerintah itu kadang labil deh, dulu film



## **Konon proyek bagi para desainer masuknya di sub multimedia, tapi proyek multimedia isinya hanya pengadaan komputer di sekolah-sekolah**

Surabaya Grammar kami pernah dikoreksi habis-habisan karena banyak kata-kata pisuhan yang vulgar, eh saat kami mengeluarkan CuloBoyo Juniol, malah kami ditawari tender untuk pendidikan animasi bagi sekolah dasar di Jawa Timur. Bingung deh, apa sih maunya pemerintah ini?" kata Vinka, dari Gatotkaca Studio. Kondisi pemerintah kurang wawasan tampaknya menjadi penyebab lesunya atmosfer kreatif di Surabaya. Jadi, konsepsi "managing the design strategy" yang harus dilakukan dalam wilayah besar itu masih belum ada wujudnya di Surabaya. Meski diklaim sebagai kota yang memiliki ciri khas, namun tidak ada visi yang jelas dari para pelaku kreatif di Surabaya, semua berjalan sendiri-sendiri.

"Saya memiliki manajemen berupa: membagi proyek desain menjadi dua; profitable dan non-profit. Untuk yang profitable saya bagi dua; governmental project atau non-governmental. Nah saat mengerjakan proyek pemerintah (*governmental project*) maka harus disiapkan tiga platform mental; putih, hitam atau abu-abu. Bekerja dengan pemerintah itu menurut saya kebanyakan wilayahnya abu-abu," kata Ghubi. Sedangkan usul menarik datang dari Jeri Kusuma, seorang desainer freelance, yang sering mengerjakan proyek kreatif untuk pemerintah, "Masih ada banyak celah yang bisa dimasuki oleh para desainer. Pemerintah kota Surabaya ini butuh banyak sekali masukan kreatif untuk menyelesaikan permasalahan kota. Saya pernah mengusulkan beberapa ide dan dari sekian ide itu banyak yang diterima. Tapi bekerja dengan pemerintah memang tricky, apalagi untuk proses pembayaran. Saran saya, pakailah kalender kerja pemerintah. Masukkanlah ide sebelum anggaran kerja baru dibuat," kata Jeri. Peran pemerintah dalam mendukung iklim kreatif memang masih dibutuhkan. "Seperti kami para penggiat film, sangat sedikit sekali ruang umum di Surabaya yang bisa kita manfaatkan untuk screening film. Padahal untuk menyewa Balai Pemuda, misalnya, itu butuh uang yang tidak sedikit. Padahal para penonton masuk gratis. Jadinya ya kita membiayai proyek kreatif

dari hasil kerja reguler dan penjualan merchandise yang tentu saja hasilnya tidak seberapa," kata Vinka. "Saya pernah mengurus ijin merek di pemerintah, tapi sepertinya ribet sekali, jadi ya sampai sekarang saya belum mengurus lagi merek saya," kata Maritjee. "Saya juga masih nyaman dengan proyek-proyek bukan pemerintah," kata Nitchii. Dua desainer wanita ini justru punya pandangan menarik tentang strategi marketing. "Kami lebih suka menggunakan media internet yang borderless. Karya kami lebih mudah mendapat apresiasi di luar negeri. Setelahnya, saat banyak orang Indonesia yang sudah aware, baru kami pasarkan produk kami untuk orang Indonesia," kata Maritjee dan diamini Nitchii. Proyek idealis dengan skala kecil ini tampaknya masih menjadi pilihan yang menarik bagi para freelancer single fighter seperti mereka berdua. "Bahkan proyek kolaborasi gratisan menurut saya jauh lebih menarik, tapi suka pusing juga kalo ada orang luar negeri pesan craft saya, terus saya harus mengurus biaya kirim yang jauh lebih mahal dari biaya produksi craft itu sendiri," kata Nitchii. Sedangkan Bayu yang harus menghidupi banyak desainer di bawah kendalinya justru punya pemikiran lain. "Dulu awalnya saya berpikir untuk mencari klien sebanyak-banyaknya. Sampai banting harga di depan klien demi mendapatkan efek word of mouth yang bombastis. Tapi nyatanya itu nggak sustainable. Daripada mengurus banyak klien, sebetulnya lebih baik mengurus sedikit klien tapi benar-benar loyal. Menurut pengalaman saya di GraphiChapter, mengurus tiga klien saja dengan proses desain yang benar, dengan manajemen yang benar, dan dengan bayaran yang benar pula, kita sudah bisa hidup di Surabaya. Bahkan bisa juga kasih bonus gaji ke para desainer saya. Tapi ya harus itu, semua dikerjakan dengan benar," kata Bayu.

### **Unduh rekaman diskusi**

<http://www.archive.org/details/DesignItYourself2011-DiyTalk2DesignBusinessManagement>

---

DIY *Talk*

DAY 3 REPORT

---

# Graphic Design & Branding

---

DIY *Talk*

DAY 3 REPORT

---

**Panelist**

Bayu Prasetya

Jimmy O.

liko

Obed Bima

Bing Fei

**Moderator**

Andriew Budiman

Ari Kurniawan

---

**Bila berbicara tentang dunia desain grafis di Surabaya, baik itu dalam lingkup bisnis maupun iklim berkarya, tak dapat dipungkiri bahwa masih terdapat hal-hal yang perlu diperbaiki bersama. Dalam usaha perbaikan tersebut, cara berpikir yang mencoba untuk memperbandingkan kondisi di Surabaya dengan Bandung, Jakarta, Jogja dan kota-kota lain di Indonesia, mungkin tidak sepenuhnya perlu dahulu. Surabaya memiliki permasalahan & sejarah permasalahannya sendiri, yang tentunya berbeda dengan kota-kota lain.**

Ari Kurniawan

Mencoba untuk mendiskusikan kondisi riil & potensi-potensi khusus di Surabaya bersama pelaku-pelaku di dunia desain grafis Surabaya bisa menjadi sebuah awalan untuk membawa dunia desain grafis Surabaya lebih terarah & berkontribusi langsung bukan hanya pada pelaku bisnis, tapi juga masyarakat luas. Acara DIY hari ketiga ini, berusaha menghadirkan desainer-desainer grafis dari berbagai sektor, mulai dari sektor publik, korporasi, komunitas, hingga tipografi dan seni jalanan untuk menjadi pembicara. Mereka adalah Bayu Prasetya (graphichapter), Jimmy Ofisia (MAM), Iko (ikiiko), Obed Bima (DKV Petra), dan Bing Fei (Vaith Design)

Para pembicara ini diundang untuk berbagi pengalaman & juga cara pandangnya tentang dunia desain grafis Surabaya bersama sesama desainer lain, mahasiswa maupun masyarakat awam yang hadir pada malam itu. Permasalahan yang disinggung & didialogkan pada malam itu bisa dibilang sangat luas, tapi tentu saja tetap dengan berusaha berpijak pada isu nyata yang terjadi di Surabaya. Isu-isu mendasar seperti tentang tanggung jawab sosial, meskipun klise, akan selalu perlu untuk menjadi salah satu isu yang diangkat ke permukaan guna dibicarakan, apalagi dalam konteks & pengalaman desainer lokal Surabaya.

Bagi Obed, dengan tidak mengesampingkan generasi tua, generasi muda saat ini ia anggap lebih terbuka pada wawasan sosial. Hal serupa diamini oleh Bayu yang menyatakan bahwa yang terjadi di dunia desain grafis, saat ini semakin optimis. “Kalau kita ngomong tentang desainer grafis sendiri, saat ini masih ada & semakin banyak (yang peduli pada masalah sosial). Bahwa yang muda-muda sekarang apalagi klo saya ke kampus, mahasiswa sekarang tidak sekadar isu pesan lagi, tapi juga media yang lebih ramah lingkungan” kata Bayu. Dengan mengutip David Berman, ia juga

menyatakan bahwa bagi desainer sendiri sudah waktunya untuk tidak hanya berpikir tentang do good design tapi juga untuk do good for anything.

Jimmy berpandangan bahwa memang ada persoalan etika, jika kita do something bad, we should do something good as well. Ia kemudian menyebutkan beberapa contoh asosiasi desainer yang paham hal ini kemudian membuat usaha-usaha untuk kebaikan seperti dalam soal iklim, isu sosial, pencitraan wanita dll. “Tinggal kemudian dilihat etika kepribadian desainer, mau terus-terusan jualan & bikin sampah atau bikin sampah tapi timbal baliknya melakukan hal-hal yang baik juga,” katanya.

Bing Fei sendiri berpendapat, “Kita sebagai desainer adalah part of agent of change, bahwa apapun yang kita lakukan akan selalu berdampak, maka akhirnya kita kembalikan ke hati nurani kita masing-masing”.

Ia menambahkan bahwa sebenarnya desainer berada di posisi yang sangat tepat, karena desainer berada pada

posisi pemberi solusi. Bing Fei juga menyampaikan pandangan sekaligus harapannya pada desainer muda untuk start do the right thing. “Apabila dari awal kita memiliki tekad untuk memperbaiki keadaan, maka saat yang paling tepat adalah

saat memulai karena start do the right thing is everything” ujar Bing Fei. Isu tanggung jawab desainer ini berkembang menuju isu kolaborasi dalam disiplin desain. Dalam diskusi malam itu, wacana isu kolaborasi ini terbawa bukan hanya pada masalah hubungan kolaborasi antar desainer, tapi juga kolaborasi antara desainer dengan klien dalam kerangka sebuah sistem yang saling mempengaruhi. Sempat terjadi diskusi panjang antara yang hadir malam itu, ketika Phoebe, salah seorang yang hadir pada malam itu melontarkan kritikan tentang peran desainer. Ia berpendapat, seharusnya desainer mengambil peranan yang lebih besar untuk mempengaruhi klien ke arah yang lebih baik daripada sekadar



**Jimmy berpandangan bahwa memang ada persoalan etika, jika kita do something bad, we should do something good as well**

menjadi alat para produsen untuk mempengaruhi konsumen. Karena lanjut dia, menegaskan kembali pernyataan Bing Fei sebelumnya, bahwa desainer memiliki kuasa untuk itu. Menanggapi hal ini, Bayu menyatakan bahwa di lapangan antara desainer dan klien selalu terjadi proses kompromi. Ia memberi contoh kasus tentang penggunaan kertas daur ulang. Sebagai desainer ia memiliki inisiatif untuk menyarankan kliennya agar lebih ramah lingkungan dalam berbisnis. Namun kenyataannya, dari sisi klien, penggunaan kertas daur ulang dirasa lebih mahal biaya produksinya, sehingga yang terjadi kemudian adalah kompromi. Kat, pemilik C2O Library, menambahkan, “Proses negosiasi dengan klien akan selalu terjadi & sebagai desainer kita selalu bisa memilih, misalnya mungkin dengan mengerjakan proyek-proyek lain yang sesuai dengan kita.”

Bagi Obed, yang bergerak di seni jalanan, negosiasi pun pasti terjadi. “Ide idealis, tapi yang kita lakukan realistis,” demikian kata Obed ketika memaparkan proses berkaryanya. Ia melanjutkan, “Kita tahu bahwa satu cat itu bagus & warnanya cerah-cerah, tapi tidak ramah lingkungan karena kandungan kimianya yang sangat tinggi.

Kalau saya memakai produk yang lain, cost jelas akan bertambah, kemudian sampai pada satu titik tertentu kita beralih ke produk yang lebih ramah lingkungan, tapi kondisinya jelas tidak sebagus cat pertama. Tapi yang penting kita jalan saja, artinya setiap kali apa yang kita komunikasikan lewat mural memang mengajak orang berbuat kebaikan, & intinya kita tidak sedang melakukan perusakan di situ”

Bayu yang beberapa kali terlibat di proyek yang melibatkan sektor publik, menyatakan bahwa ada hal riil yang bisa dilakukan desainer untuk melakukan sesuatu yang baik. “Kita punya kapasitas, kita PD, kita bisa, dari aspek bisnisnya pun ada & juga apabila kita bicara power atau

kekuatan, sampai titik ini kita sebagai desainer sangat kuat” katanya sembari memaparkan tentang proyek Environmental Graphic Design dari Grapichapter di Taman Jayengrono. Dia sadar betul bahwa desain grafis memang sudah seharusnya tidak mengurus masalah visual saja, kerangka berpikir multidimensional pun diperlukan. Dia beranggapan bahwa ada potensi untuk berbuat lebih bagi para desainer untuk berkontribusi ke kota. Karena situasinya sekarang, jika kita berbicara tentang pencitraan kota, kondisi di Surabaya masih belum terintegrasi dengan baik dalam strateginya. Bayu juga mengajak pada seluruh desainer untuk berkontribusi bagi pemerintah kota, karena sebenarnya pemerintah kota saat ini sangat terbuka & mendukung saran dari desainer apabila kita mau mendatangi mereka dengan membawa solusi.

Sebagai tambahan, Bayu juga menggaris bawahi beberapa hal penting terkait kerjasama dengan pemerintah. Seperti misalnya belum padunya fungsi-fungsi di pemerintah kota Surabaya yang terkait dengan desain. Satu hal penting lain yang ia ungkapkan, yang bisa jadi adalah salah satu PR juga bagi dunia desain grafis Indonesia adalah bagaimana

profesi desainer grafis belum memiliki spesifikasi & pengakuan keprofesionalan layaknya profesi arsitek misalnya, ketika berhadapan dengan pemerintah. Karena seperti diungkapkan Bayu, kondisi ini bisa menyulitkan bagi para desainer grafis bila ingin berkontribusi ke sektor publik yang mengharuskan kita bekerja sama dengan pemerintah.

Hal menarik lain yang dibahas, adalah menyimak bagaimana tiap-tiap pembicara menyampaikan proses kreatifnya dalam berkarya, salah satu yg paling menarik adalah bagaimana Iko menyampaikan proses kreatifnya, bagaimana dia selalu berangkat dari hal-hal yang strategis & commonsensical ketika merespon sebuah brief, ra



### **Bayu beranggapan bahwa ada potensi untuk berbuat lebih bagi para desainer & berkontribusi ke kota**

terutama yang berhubungan dengan kompetisi. Sebelum akhirnya ia olah lagi dengan pertimbangan-pertimbangan khusus lainnya. Dengan metode ini, ia seringkali berhasil meraih hati para juri. Terdapat poin positif dari acara berbagi seperti ini, karena dari acara seperti ini tukar menukar ide & proses kreatif antar desainer bisa terjadi, yang tentunya bisa memperkaya wawasan maupun pandangan para desainer sendiri. Detil-detil tentang dunia usaha & berbisnis di dunia desainpun bisa terbahas, karena para pelaku-pelakunya mau berbagi langsung tentang masalah ini. Beberapa hal yang mendapat tanggapan antusias dari semua yang hadir pada malam itu adalah ketika para desainer memaparkan tentang teknik bernegosiasi & berkomunikasi dengan klien. Bing Fei & Bayu yang memiliki studio sendiri tak segan-segan berbagi metode & cara mereka dalam menangani klien. Iko yang mewakili freelancer juga tak sungkan berbagi ilmu & pengalamannya. Menarik untuk disimak, bagaimana tiap pembicara maupun desainer-desainer yang hadir malam itu memiliki metodenya masing-masing dalam menentukan harga. Banyak ilmu baru maupun masukan tentang sharing masalah manajemen & tukar menukar info disampaikan.

Dari pembahasan tentang kondisi riil di malam itu, setidaknya ada beberapa poin penting yang bisa dikategorikan sebagai tantangan sekaligus masukan bagi dunia desain grafis di Surabaya. Di lapangan, isu tanggung jawab sosial, cara berpikir yang lintas medium, komunikasi klien, isu komunitas yang kurang biasa bertemu, isu kolaborasi internal & antar institusi serta pemerintah, menjadi isu-isu yang bisa terus dielaborasi terus untuk dicari penyempurnaannya. Satu hal yang tidak kalah penting yang dibahas adalah masalah-masalah teknis yang bisa menjadi masukan bagi dunia pendidikan, seperti masalah penentuan harga, mengelola bisnis ataupun skill manajerial. Hal ini penting, untuk menyiapkan para mahasiswa desain grafis di dunia nyata nantinya. Sebagai kesimpulan akhir, mengutip kalimat yang disampaikan oleh Andriew dari Butawarna, salah

seorang moderator malam itu, bahwa untuk memperbaiki keadaan, maka sebaiknya kita sebagai desainer memikirkan infrastrukturnya secara keseluruhan. Desainer tidak hanya mengurus masalah visual saja, tapi kita juga bisa menulis ataupun melakukan hal-hal lain dalam membangun infrastruktur untuk menuju keadaan yang lebih baik. Hal ini tentu saja akan membutuhkan kontribusi dari semua, maka dari itu, sudah saatnya sekarang bagi kita untuk mulai berkontribusi.

## **Untuk memperbaiki keadaan, maka sebaiknya kita sebagai desainer memikirkan infrastruktur secara keseluruhan**

### **Unduh rekaman diskusi**

<http://www.archive.org/details/DesignItYourself2011-DiyTalk3GraphicBranding>

# Comic

---

*DIY Talk*

DAY 4 REPORT

---

**Panelist**

Broky

X-Go

Pak Waw

Kathleen Azali

**Moderator**

Andriew Budiman

Ari Kurniawan

---

**DIY Talk #4: Comics, 15 Oktober 2011, dibuka pk. 17.00 dengan pemutaran film dokumenter 'Beautiful Losers' mengenai sekelompok seniman pop, dilanjutkan dengan DIY Talks, di mana para komikus menceritakan konsep mereka mengenai komik, serta proses produksi dan distribusi karya masing-masing. DIY Talk hari ini diisi oleh trio hantu Nusantara (Yudis, Broky, Pak Waw), X-Go dan Kat, dimoderatori oleh Ari Kurniawan dan Andriew Budiman dari Butawarna.**

Kathleen Azali

“Banyak dari para desainer sebenarnya sampai sekarang juga adalah penggemar komik. Dari yang hadir di sini, banyak yang memasuki desain juga karena berpikir, mana nih jurusan yang kira-kira bakal bisa banyak menggambar,” tutur Andriew membuka diskusi. Para pembicara kemudian diajak untuk memperkenalkan diri masing-masing, kemudian sharing pengalaman, sambatan dan tantangan masing-masing di dunia perkomikan yang sangat beragam.

Yudis, yang bekerja sebagai ilustrator dan storyboard artist di SAM Design, adalah alumnus Unesa angkatan 2003. Wiryadi Dharmawan, yang akrab dipanggil Pak Waw (dari Wawan), mengaku terjerumus dalam komik karena awalnya berlatar belakang animasi, dan kemudian diajak oleh Yudis dan Broky untuk bekerja sama, apalagi karena memang pada dasarnya cinta menggambar. Sementara Broky, yang bernama asli Misbachul Bachtiar, komikus yang mencintai komik. X-Go berasal dari Bunuh Diri Studio, mengaku sebenarnya dia adalah komikus

“gadungan”, yang kurang tertarik membuat komik realis\*, dan dia lebih menyukai komik-komik di luar arus utama. Studionya, Bunuh Diri, pun dia sebut sebagai studio gadungan, karena studionya adalah

rumahnya sendiri. Kat, mengaku sudah jarang membuat komik, tapi ingin membahas perkembangan komik sehubungan dengan Cergamboree, festival komik Indonesia-Prancis yang tahun depan akan memasuki tahun keempatnya diselenggarakan di Surabaya. Latar belakang ketertarikan pada komik X-Go mengaku pertama kali mengenal komik melalui Dragon Ball, dan membuat komik dengan model-model gambar Saint Saiya. Keduanya adalah komik dan animasi yang populer di masa remajanya di tahun 90an. Di tahun 1999, ada ajakan pameran komik dari studio Oret, dan X-Go tertarik mengikutinya. Di hari pembukaannya, dia cukup kaget melihat

komik-komik yang dipamerkan ternyata tidak seperti komik konvensional yang selama ini dia kenal. X-Go mengklaim diri bukan komikus, karena dia lebih menyukai membuat komik yang melewati batas komik-komik pada umumnya, yang tidak dijual di toko-toko buku besar, yang mediumnya bisa berpindah-pindah. Dia hanya mengadaptasi art komik itu sendiri pada media lainnya.

Broky pertama kali ngomik sewaktu SMP juga, dengan membaca Kungfu Boy dan lain-lainnya. Menurutnya, meskipun mediumnya apa saja, tapi pada akhirnya komik itu sekuensial, berurutan, terjuktaposisi. Dia mengaku “terjebak” dalam bidang komik karena kuliah di desain grafis di Unesa, dan mulai mengenal komik waktu Pekan Komik Indonesia di Malang tahun 2005. Dia merasa asyik dan sangat menikmatinya, bisa ngomik bareng dan menggambar bareng,

bertemu dengan komikus-komikus dari kota lain, dan memang benar, komik tidak terbatas pada medium kertas.

Pak Waw mengaku selalu suka komik, apa saja tipenya. Dia awalnya juga menyukai komik superhero karena komik itu memiliki warna-warna yang mencolok, padahal TV pada zaman kecilnya, masih hitam putih. Apalagi, sosok-sosok dalam

komik itu heroik. Selain itu, dia sempat mewarisi komik dari kakeknya. Sayangnya, ibunya tidak menyukai hobinya itu. Pak Waw sempat membeli komik-komik Marvel seharga Rp.500an. Koleksinya itu sayangnya diketemukan ibunya, dan dibakar di depan matanya, karena ibunya berpikir kesenangannya itu merusak pikirannya, “*nggarai koen goblok* (membuat kamu goblok).” Kemudian Pak Waw bertemu dengan Yudis dan Broky. Karena sebelumnya juga sudah pernah berkarya dalam berbagai kompilasi, Pak Waw, Yudis dan Broky kemudian ditawarkan oleh Beng Rahadian, editor penerbit Cendana, untuk membuat komik 101 Hantu Nusantara. Tidak disangka-sangka,

**Mungkin juga ada dendam pribadi pada ibu saya,” candanya, “Komik saya dulu dibakar, sekarang anaknya jadi komikus”**

Waw diakui sebagai komikus Indonesia, dan dia merasa, komik itu memiliki daya tarik yang berbeda dengan animasi. Latar belakang animasinya juga memberinya fondasi tersendiri dalam berkemik, dan dia merasa komik memberi keasyikan sendiri yang berbeda dari animasi. “Mungkin juga ada dendam pribadi pada ibu saya,” candanya, “Komik saya dulu dibakar, sekarang anaknya jadi komikus, hehehe...” Yudis bercerita bagaimana di kampus Unesa dulu, dia dan Broky membuat komunitas komik Outline Studio. Perkenalan yang lebih dalam mengenai komik didapatinya ketika kuliah, saat membaca berbagai buku mengenai komik di kampus. Menurutnya, dari komik, ada banyak sekali hal yang bisa kita dapat, dan dari komik juga, kita belajar untuk lebih peka. Dari komik, kita bisa belajar arsitektur, bisa mengenal watak dan sifat orang. Setelah ikut komunitas, ada pertanyaan, setelah itu, apa? Saat itu, profesi komik masih belum dipandang “seseksi” sekarang, dan belum bisa menghidupi.

Tapi dari komunitas ini, Yudis merasa bisa mengenal berbagai komikus, bertukar pandang, dan membentuk jaringan—jaringan informasi, jaringan kerja, dll. Senada dengan teman-teman, dan merujuk pada Scott McCloud, Kat juga memaparkan bahwa komik adalah gambar-gambar berurutan yang bercerita. Sementara kartun, meskipun mengadaptasi banyak bahasa komik, tidak bersifat sekuensial. Dalam sejarahnya, ada beberapa istilah lain yang digunakan untuk merujuk pada komik, seperti seni sekuensial, novel grafis (biarpun tidak selalu novel dalam artian fiksi), cergam (cerita bergambar), illustories, picture novella, bandee dessinee, dan manga. Istilah-istilah ini muncul juga karena berbagai alasan, antara lain alasan geografi politis untuk identifikasi komik sebagai salah satu bentuk produk kebudayaan yang bisa dibanggakan. Kat sendiri menyukai komik karena dari kecil memang suka membuat cerita

dalam dunia sendiri, dan komik memungkinkannya untuk membuat cerita dan dunia sendiri. Komik meningkatkan literasi. Ada banyak klise-klise buruk dalam perkomikan, seperti misalnya, kecenderungan memandang komik sebagai tidak mendidik, membodohkan dan tidak mumpuni sebagai mata pencaharian. Di Indonesia, kebanyakan profesi komik masih belum bisa dianggap sebagai industri, lebih sebagai pekerjaan sampingan atau minat. Dulu komik memang pernah jaya di tahun 50-60an, di mana komik bisa menjadi mata pencaharian, tapi kemudian mengalami penurunan karena menghadapi persaingan dengan media lainnya. Padahal sebenarnya, melihat kondisi minat baca di Indonesia, komik bisa menjadi salah satu bahan bacaan yang paling disukai. Lagipula, jika kita lihat, banyak sekali buku-buku ilmu pengetahuan, biografi dll. yang diterjemahkan dari bahasa asing dengan menggunakan format komik. Koran-koran melaporkannya komik sebagai panduan siaga bencana.



### **Dulu komik memang pernah jaya di tahun 50-60an, di mana komik bisa menjadi mata pencaharian, tapi kemudian mengalami penurunan**

Dengan menampilkan bahasa visual dan teks, komik bisa membantu pemahaman pembaca, sekaligus juga menantang komikusnya untuk menginterpretasikan bahan untuk komiknya tersebut. Lintas Genre & Media

X-Go bercerita bahwa dia malah memandang komik sebagai bagian dari seni urban, dan dia juga tak jarang menorehkan komik di tembok-tembok kota. Komik Indonesia juga tidak lagi terbatas pada komik fiksi, tapi juga ada banyak peluang lainnya seperti komik untuk buku panduan, komik sejarah, komik siaga bencana, dan sebagainya.

Di sini dibahas bagaimana komik, yang diartikan sebagai gambar-gambar serta lambang-lambang lain yang bersandingan dalam turutan tertentu, tidak lagi terbatas pada kertas/buku, tapi sudah menjadi lintas media. Tidak ada batasan mengenai teks, gaya gambar, maupun jenis isi. Kini mulai bermunculan pula berbagai majalah

komik online seperti rautan.com, makko.co. Ada adaptasi komik menjadi/dari animasi, novel, toys, aksesoris, patung, kain, bahkan batik. Perlunya komunitas untuk sosialisasi dan edukasi Tidak berbeda dengan pegiat kreatif lainnya di Surabaya, seperti yang telah dibahas di DIY Talks sebelum-sebelumnya, komikus-komikus pun mengeluhkan minimnya media dan ruang di Surabaya yang mengakomodasi komunitas, dialog dan kolaborasi. Mentok-mentok paling Balai Pemuda (yang baru saja terbakar) atau CCCL (yang tahun depan akan pindah ke tempat lain). Padahal, keberadaan komunitas dan infrastruktur lainnya yang mewadahi, mendokumentasikan, dan mensosialisasikan kegiatan-kegiatan ini dinilai sangat penting dalam perkembangan komik itu sendiri. Para peserta menceritakan dengan sedikit nostalgia kenangan-kenangan lama mereka ikut serta dalam pekan komik di Malang, pekan komik nasional, dan berbagai cerita-cerita lain di mana mereka pertama kali bertemu. Mereka bercerita juga bagaimana pada awalnya mereka membuat komik dengan fotokopi. X-Go masih menyukai sistem fotokopi ini, sementara Yudis, Broky dan Pak Waw, meskipun sudah menerbitkan pada jalur penerbit, mengaku juga masih tetap menyukai etos komik indie yang memproduksi dan mendistribusikan sendiri. Selain itu, tampak minimnya perhatian pada dokumentasi dan sejarah, serta pegiat-pegiat yang kurang memperhatikan aspek lain di luar proses produksi. Di sini dibahas juga fungsi dan misi Cergamboree, festival komik tahunan di Surabaya, yang pertama kali diadakan tahun 2008. Memasuki tahun keempatnya tahun depan, ada kemungkinan akan bergeser tanggal karena perubahan agenda dan tempat CCCL. Acara-acara seperti pameran, menggambar bersama, workshop dan lain-lain memang sudah cukup marak dilakukan di Surabaya. Tapi, jarang sekali pelaku-pelaku komunitas saling berkumpul untuk berdialog dan bertukar informasi, apalagi berkolaborasi. Minimnya perhatian pada dokumentasi juga dinilai cukup akut—acara-acara sering digelar hanya untuk internal

lingkaran sendiri, tanpa mempedulikan publikasi atau sosialisasi ke pihak-pihak luar, dalam bentuk blog post, misalnya. Menurut Pak Waw, jika komik pernah mengalami masa jayanya, berarti komik semestinya bisa mengalami masa jayanya lagi. Tapi kelemahan utama dalam industri komik memang adalah pada manajemennya. Mau tak mau harus diakui, mindset komikus kebanyakan masih “mood-mood-an” dan belum mampu berdisiplin. Jadi kelakuan dan mitos “seniman” ini yang perlu dibenahi. Diperlukan adanya pembagian tugas dan kerjasama yang dibangun melalui pembentukan jaringan. Terima kasih kepada seluruh peserta dan pengunjung diskusi: Yudis, Broky, Pak Waw, dan X-Go. Semoga diskusi kecil bisa sedikit memperkaya perkembangan kerjasama komik di Surabaya.

**Tapi kelemahan utama dalam industri komik memang adalah pada manajemennya. Mau tak mau harus diakui, mindset komikus kebanyakan masih “mood-mood-an” dan belum mampu berdisiplin**

# Urban Arts

---

*DIY Talk*

DAY 5 REPORT

---

**Panelist**

BRAngerous

X-Go

Redi Murti

Street Art Surabaya

**Moderator**

Obed Bima

---

**Minggu, 16 Oktober 2011. DIY #5 kali ini dimoderatori oleh Obed Bima Wicandra, seorang dosen DKV dari UK Petra, yang telah lama menaruh perhatian terhadap seni urban dan di tahun 2005 bersama kawannya mendirikan Komunitas Tiada Ruang. Bersama Obed, hadir sebagai pembicara kali ini adalah Ryan Rizky sebagai perwakilan Street Art Surabaya; Dinar dan Lury Coco sebagai perwakilan BRAngerous, komunitas seniman perempuan kontemporer Surabaya; X-Go Warhol, dan Redi Murti.**

Kathleen Azali

Membuka sesi perkenalan, Ryan Rizky menjelaskan bahwa Street Art Surabaya (SAS) didirikan 10 Januari 2005. Hingga sekarang, ada kurang lebih 8 orang yang aktif berkarya. SAS lebih fokus pada graffiti mural, stensil, yang berbau street art. Menurut Ryan, yang sering dikaryakan adalah “karya yang penuh kasih” dalam artian, difokuskan untuk Tuhan, sesama, dan diri sendiri. Ketika mereka berkarya, mereka tidak sekedar berkarya, tapi ingin bisa berdampak pada orang yang berada di sekitar karya tersebut. Jadi, sebelum berkarya, mereka melakukan penelitian kecil-kecilan mengenai populasi di sekitar daerah yang mereka tuju. Misalnya, omzet pendapatan dan pola hidup PKL yang ada di sekitar daerah tersebut. Jadi, karyanya nanti, bisa merespon kebutuhan mereka. Sementara BRAngerous, adalah komunitas yang memfasilitasi seniman urban perempuan, dengan berbagai macam latar belakang. “Tidak hanya desain grafis, tapi ada juga ekonomi, psikologi, bahkan masih SMA,” tutur Dinar. Yang mereka lakukan selama ini adalah melakukan pameran. Biasanya, pameran ini mengikuti acara lainnya, baru sekali saja mereka solo exhibition di CCCL.

Lury menguraikan lebih lanjut, bahwa tidak bisa disangkal perempuan sering kali dipandang sebelah mata dalam seni, apalagi dalam street atau urban art. Sebagai perempuan, memang lebih susah bagi mereka untuk berkarya di jalanan atau melakukan bombing. Jadi memang mereka masih terbatas pada media konvensional karena masih susah bagi perempuan untuk berekspresi di ruang publik. Tapi bagaimanapun, mereka juga merespon dan menuangkan ekspresi mereka sebagai perempuan yang tinggal di kota, dan karenanya, perempuan pun tidak bisa dilupakan dalam urban art. X-Go, menganggap mural sebagai penyampaian pesan. Temanya bisa bermacam-macam—bisa politik, lingkungan, tokoh yang dikagumi, maupun pertemanan. Agar kesannya tidak

terlalu berat atau “menyeramkan”, X-Go mengakalinya dengan warna-warna cerah. Redi Murti, saat ini masih melangsungkan tahun terakhir kuliahnya di DKV UK Petra, dan dalam karya-karyanya biasanya selalu menampilkan satu karakter unik ciptaannya, yang dia namai nudeface. Karya-karya seniman muda berbakat ini juga bisa dilihat dalam rangkaian acara Biennale Jawa Timur. Beberapa dari mereka, sudah mengkategorisasikan dirinya sebagai termasuk dalam wilayah street art, tapi ada juga yang masuk ke fashion atau design. Urban art adalah seni yang berhubungan dengan budaya dan kehidupan kota. Tapi bagaimana berdasarkan pengalaman teman-teman sendiri? Apa yang membedakan urban art dari street art, design atau fashion?

Rizky mengaku tidak mendalami urban art secara spesifik, tapi memang SAS berkarya dalam lingkup kota, di mana banyak sistem-sistem yang bisa di-“koreksi” oleh anak-anak muda, tapi mereka melakukannya melalui visual,

warna tulisan dan sebagainya, dalam bentuk mural dan graffiti di tembok. Menarik juga untuk dicatat bahwa Rizky sebenarnya juga pernah menjadi Cak Surabaya, yang biasanya dikenal membawa misi-misi pemerintah, salah satunya, menjaga “keindahan

kota”. Sesuatu yang cukup unik mengingat street art seringkali diidentikkan dengan kegiatan yang “mengotori kota.”

Rizky mengatakan, bahwa ini kembali lagi ke misi karyanya yang “penuh kasih”. Setiap kali kita menciptakan karya, sebenarnya kita juga “menyampah”, tapi menurutnya, sampah itu bisa negatif tapi juga positif. Dia melakukannya untuk tujuan positif, dan otomatis, pemerintah juga mau menerimanya.

Sementara Dinar dari BRAngerous mengatakan, bahwa memang selama ini wacana urban art cenderung didominasi oleh street art, mural dan graffiti. Tapi mereka memandang urban art sebagai seni yang muncul di kota, yang



### **SAS berkarya dalam lingkup kota, di mana banyak sistem-sistem yang bisa di-“koreksi” oleh anak-anak muda**

dilakukan oleh orang-orang kota, untuk mengekspresikan berbagai hal. Jadi, tambah Lury, maknanya bisa lebih luas. Kita sebaiknya tidak hanya melihat urban art sebagai terbatas pada mural dan graffiti, tapi bisa merespon berbagai ruang publik. Misalnya, telpon umum, bisa kita respon, kita hias. Tapi memang, ada orang yang akan melihat aktivitas itu sebagai vandalisme, sesuatu yang negatif, meskipun senimannya melihatnya sebagai suatu respon positif, yang mungkin sedikit “memberontak” dari pakemnya.

Urban art memang kerap kali diidentikkan dengan ruang publik, tapi BRAngerous sendiri melihatnya bahwa kita ini orang-orang kota, kita tinggal di kota, otomatis kita mengalami permasalahan-permasalahan yang dihadapi orang-orang kota pada umumnya juga. Permasalahan kota itu kita campurkan, kita ekspresikan dengan idealisme kita. Kita punya pemikiran apa terhadap suatu permasalahan, kita ungkapkan dalam bentuk karya, meskipun sejauh ini masih menggunakan media “konvensional” seperti kanvas, print digital, video, belum sampai ke tahap ruang publik seperti tembok dan lain-lain. Namun, mereka pernah juga membuat karya dengan menggunakan bra,

yang sempat menimbulkan sedikit kontroversi. Jadi, media BRAngerous pun bisa bermacam-macam. Menurut X-Go street art sebenarnya merupakan bagian dari urban art, yaitu bentuk seni yang mengacu ke kebudayaan perkotaan, dan berkaitan pula dengan era sekarang dan kemunculan-kemunculan teknologi yang semakin maju. “Intinya, kita memandang kemajuan kota sebagai kegelisahan kita.” Jadi, urban art tidak harus dilangsungkan di ruang publik. Contoh saja, custom shoes, tote bag, lomografi, stiker dan lain-lain, dan bisa juga video art, yang muncul karena teknologi modern. Sementara street art, sebagai bagian dari urban

yaitu terutama jalanan, dan karena itu identik dengan kaum muda dan gerakan pemberontakannya, serta hadir dengan keliaran-keliaran khas jalannya. X-Go membagi street art menjadi dua wilayah, satu yang memang terjadi di jalanan—lukisan-lukisan di dinding, stiker, mural, dll.. Tapi ada juga street art di kalangan “seni rupa” di mana dulu street art dipandang sebagai seni rendah, tapi sekarang mulai memasuki ranah-ranah galeri. Redi mengatakan, bahwa ini adalah respon kreatif seniman terhadap permasalahan-permasalahan kota. Jadi kalau kita perhatikan, karakter-karakter seperti nudeface, dan karakter-karakter yang muncul di tembok atau bahkan di kaos-kaos anak muda sekarang, yang bersifat agak “absurd” mungkin, regresif. Sebagaimana tadi yang disebutkan oleh X-Go, ada semacam pemberontakan terhadap apa yang disebut “karya mapan” atau kemapanan.

BRAngerous mengatakan bahwa mereka cenderung tidak terlalu mempermasalahkan kemapanan atau seni mapan itu sendiri, tapi lebih ke permasalahan gender, yakni, status dominan laki-laki di kalangan seni. Dinar mengatakan, tidak usah antara cewek versus cowok, dia sering mengamati antara cowok pun sering ada

semacam pergunjangan di belakang karya seni, seperti ucapan, “*Iki opo to, ga masuk!*” Jadi BRAngerous dibangun dengan tujuan bisa memberi wadah ekspresi-ekspresi dan ide-ide, terutama yang berhubungan dengan isu-isu perempuan. Mereka juga konsisten untuk membuat pameran online setiap bulan. Rizky sendiri berpendapat bahwa street art sebagai suatu gerakan anti-kemapanan lebih berlaku di luar, sementara dalam Street Art Surabaya, mereka lebih menerapkan cara kerja yang berkompromi dan menyesuaikan dengan lingkungannya. Ketika akan menggarap tembok, mereka mendiskusikannya dengan penduduk sekeliling ruang publik tersebut.



### **urban art tidak harus dilangsungkan di ruang publik. Contoh saja, custom shoes, tote bag, lomografi, stiker, video art dan lain-lain**

art sebagai wahana untuk propaganda yang ingin disampaikan. Sementara Redi, melalui nudeface, mencoba untuk memanifestasikan dirinya.

Popo, dari Jakarta, mengatakan bahwa berdasarkan pengamatannya di berbagai kota, di Surabaya para street artistsnya lebih mendobrak, karena mereka membuat sendiri sistem meskipun fasilitas tidak disediakan. Kata Popo, teman-teman di Surabaya lebih “bandel”, lebih tergerak untuk membuat sistem sendiri.

Tentu saja, gesekan-gesekan pastinya tidak terhindarkan. Rizky dan X-Go mengaku bahwa mereka juga sempat bergesekan—“senggol-senggolan”—di sini. Ada miskomunikasi. Sementara dari BRAngeous, mereka menceritakan bahwa konsepnya mereka adalah fun, leisure time, dan tidak bersifat mengikat. Mungkin ke depannya bisa seperti itu, tapi saat ini konsepnya adalah memanfaatkan waktu luang mereka untuk berkarya, dan tidak ada konsep kompetitif.

Ayos Purwoaji kemudian membawa ide mengenai seni urban dengan kata kunci “respon”. Dulu, menurut Marshall McLuhan, “the medium is the message”, tapi sekarang, di mana kita semua benar-benar benar kebanjiran, apapun bisa menjadi

media—tembok, kaos, bahkan bra. Permasalahan kota terus bergerak, hal-hal yang baru terus menerus muncul. Yang penting di sini sebenarnya adalah respon itu sendiri, yang akhirnya juga nanti akan berdampak pada bagaimana karya itu dikemas. Misalnya, ketika orang-orang berfoto-foto narsis di depan mural, itu pun sebenarnya merupakan respon mereka.

Itu yang terasa kurang di Surabaya ini, menurut Ayos, di mana komunitas-komunitasnya lebih suka berjalan sendiri-sendiri. Di Yogyakarta, suatu buku (di sini dia menyebutkan buku Marco Kusumawijaya), bisa direspon menjadi lagu, jadi mural, dan seterusnya.

Kemudian, Ayos juga mengangkat isu mengenai ,

lemahnya perhatian terhadap pendokumentasian dan pengarsipan. Bagaimana kalau setidaknya, tiap komunitas atau individu, mendepositokan arsip karyanya di C2O, mengingat tempat ini sudah menjadi rujukan tempat baik dalam kota maupun luar kota?

Menanggapi ide Ayos, Lury dan Dinar mengatakan, bahwa BRAngeous juga memang dibuat dengan maksud mewadahi respon-respon tersebut. Bagaimanapun, menurutnya, perempuan memang pada umumnya menyukai publikasi. Lury bercerita bagaimana partisipasinya di BRAngeous juga dimulai dari pengunggahan karya-karyanya di Facebook, yang kemudian direspon oleh Dinar dengan ajakan untuk bergabung dalam BRAngeous. X-Go menanggapi bahwa di wilayah jalanan, dalam merespon juga perlu ada respek. Proses penindihan juga umum terjadi dalam street art. Acara-acara kolaborasi juga sudah sering diadakan. Permasalahannya, menurut X-Go, justru lebih ke kurangnya perhatian pada acara-acara dialog seperti DIY ini.

Sebagai contoh, dia menceritakan ketika dia mengabari teman-temannya melalui SMS mengenai acara ini, responnya selalu, “Mas, gak ana nggambar bareng?” Ini yang sering terjadi di

komunitas street art, menurut

X-Go, hanya memperhatikan masalah teknis dan produksi saja. Tidak masalah memang, menggambar bersama, tapi perlu ada waktu yang disisihkan untuk membahas pengemasan dan peningkatan kualitas secara bersama—mau dibawa ke mana street art Surabaya itu. Kalau mau dikemas, mengemas itu perlu lintas komunitas. Bukan hanya pelakunya saja, tapi juga penulis, fotografer, kurator, yang bisa membantu pendokumentasian dan peningkatan wacana. Street art apalagi, bukanlah karya yang abadi, tapi karya yang datang dan pergi. Karena itu, pendokumentasian itu sangatlah penting. Masih belum ada web khusus yang mendokumentasikan street art tersebut.



### **di Surabaya para street artistsnya lebih mendobrak, karena mereka membuat sendiri sistem meskipun fasilitas tidak disediakan**

Selain itu, kelemahan dalam pengembangan yang lintas disiplin ini, menurut X-Go adalah pada level komunitas street art sendiri, masih banyak gontok-gontokan, jadi memang sedikit sulit untuk mengembangkan lintas disiplin, mengingat sendirinya pun masih belum akur. Masing-masing komunitas perlu berbenah dulu, menurut X-Go. “Tapi malah mungkin supaya tidak banyak gontok-gontokan antar komunitas,” tawar Ayos, “harus dibuat lebih banyak kolaborasi, jadi nggak smepet mikir gontok-gontokan.” Menanggapi perubahan dari respek ke respon itu, menurut Dinar, respon (yang baik) itu juga muncul dari respek. Gontok-gontokan pasti akan selalu ada, tapi harus selalu ada kompromi juga, agar pembuatan karya terus berjalan.

Obed kemudian mengangkat bagaimana Redi juga mengadaptasi novel Pramoedya Ananta Toer menjadi novel grafis. “Respon” juga kini dilakukan melalui pelaku distro, seperti Doddy, yang menyediakan ruang dan waktu distronya untuk memfasilitasi kolaborasi antara anak-anak muda. Sebenarnya, ada banyak gerakan-gerakan seperti ini dalam skala akar rumput (yang sangat akar rumput), sayangnya tidak terpetakan, saling tidak mengenal satu sama lain, sehingga banyak kesempatan yang hilang.

Pertanyaan terakhir dilontarkan oleh Andriew Budiman, sehubungan dengan kontribusi urban art kepada kota, dan kalau memang suatu platform dibutuhkan, platform seperti apa yang diperlukan? Ryan Rizky menanggapinya sebagai wahana untuk menjadi ikon kota Surabaya, duta kota, representasi Surabaya. BRAngeous lebih ingin menginspirasi dan memfasilitasi anak-anak muda Surabaya, terutama perempuan, untuk berkarya. X-Go mengharapkan kegiatan urban art ini dapat setidaknya memberi posisi Surabaya dalam peta kesenian Indonesia sebagai kota yang juga memiliki kesenian yang dinamis, tidak hanya berhubungan dengan industri, bonek atau dolly saja. Ari Kurniawan mengingatkan bagaimana bulan lalu, ketika Indonesian Visual Art Archive meluncurkan buku katalog seni rupa mereka, Rupa Tubuh, hampir tidak ada disebutkan sama

sekali kegiatan seni di Surabaya. Harus kita akui, bahwa kita sangat minim dalam hal pendokumentasian dan publikasi karya. Popo mengingatkan pentingnya pemetaan dan pendokumentasian itu, karena jika semua orang produksi, bagaimana generasi berikutnya, atau orang lain mengetahui keberadaan karya tersebut. Obed menyimpulkan, bahwa pada akhirnya harus ada inisiatif untuk melakukan dokumentasi dan pengarsipan kegiatan kesenian lokal. Obed melemparkan tugas pendataan ini ke C2O, suatu tugas yang semoga bisa kita follow-up secara bersama-sama.

Acara kemudian dilanjutkan ke pemutaran film *Exit Through the Gift Shop*. X-Go memberi pengantar spontan, bagaimana dokumenter ini bisa memberi kita banyak pelajaran yang bisa ditiru—bagaimana street art didokumentasikan dan pengetahuannya disebarluaskan melalui berbagai media dan tidak lagi tergantung pada street artnya itu sendiri.

Terima kasih kepada Obed Bima, Street Art Surabaya, BRAngeous, X-Go dan Redi Murti yang telah meluangkan waktu dan berbagi pengetahuannya.

## **harus ada inisiatif untuk melakukan dokumentasi dan pengarsipan kegiatan kesenian lokal**

### **Unduh rekaman diskusi**

[http://www.archive.org/download/designityourself2/011-diytalk5urbanart/diytalkday5\\_urbanart.mp3](http://www.archive.org/download/designityourself2/011-diytalk5urbanart/diytalkday5_urbanart.mp3)

# Fashion

---

DIY *Talk*  
DAY 6 REPORT

---

**Panelist**

Camomile Nungki  
Aryani Widagdo  
Embran Nawawi  
Era Hermawan  
Kanyasita Mahastri  
Andriani Rahayu  
Alek Kowalsky  
Felkiza Vinanda  
Mars Rizkia  
Reza Oktivia  
Putri Macan

**Moderator**

Linartha Darwis

---

Halo semua! Kemarin pada dateng gak nih ke acara DIY Talk#6? Kalo enggak, aduhh rasanya sayang banget deh. Soalnya kalian ngelewatin sebuah momen yang inspiratif!

**#1 : Pra-acara**

Saat itu jarum jam mengarah pukul 16.30. Tim Surabaya Fashion Carnival segera beranjak dari kendaraan dan menuju sebuah perpustakaan yang berada di jalan Cipto 20, Surabaya. Sesampai di pintu masuk, kami langsung disambut ramah oleh Anitha Silvia (Tinta), seorang kerabat dan juga penikmat acara seni dan budaya. Beliau lantas segera mengajak kami bertemu dengan teman-teman pengurus perpustakaan C2o (salah satunya Kathleen Azali —pemilik perpustakaan C2o) dan moderator acara diskusi sore itu, Linartha Darwis.

Surabaya Fashion Carnival

Sambil memberikan materi presentasi kepada Kathleen, kami juga menyambi obrolan dengan Linartha yang ternyata adalah penulis di sebuah majalah lokal. Obrolan kami pastinya tidak jauh-jauh dari kegiatan masing-masing; mulai dari topik kegiatan Surabaya Fashion Carnival sampai pada sneak peek tentang materi diskusi. Tidak lama kemudian, datanglah Kanyasita Mahastri dan Andriani Rahayu dari label VRY yang kompak dengan outerwear hitam-nya. Kedatangan mereka membuat suasana semakin ramai, diikuti dengan hadirnya Ibu Ariani Widagdo (founder Arva School of Fashion), Embran Nawawi (instruktur fashion design Arva School of Fashion), Era Hermawan (pemilik Tempat Biasa), Chamomile Nungki (owner dan creative director dari label House of Laksmi), dan pasangan suami-istri pelopor independent premium store di Surabaya, Alek Kowalski dan Dewi Asthari (pemilik ORE Premium Store dan fashion label allthethingsivedone). Nah, para pembicara kini sudah lengkap. Yuk kita mulai acara diskusinya!

## #2 : Acara !

Menjelang pukul 6 sore, para peserta diskusi mulai memenuhi venue. Jujur aja, kami cukup takjub melihat jumlah perbandingan peserta cowok dan cewek saat itu yang gak jauh beda. Hal ini tentu bertentangan dengan perkiraan kami sebelumnya bahwa diskusi kali ini bakal dipenuhi peserta cewek (kalian pasti tau alasannya. Iya 'kan?). Namun itu bukan masalah besar, berarti ada peningkatan awareness akan fashion disini. Setuju? :) Linartha Darwis, selaku moderator, akhirnya membuka acara diskusi dengan sesi perkenalan tiap pembicara. Diawali dengan Chamomile Nungki dan presentasi karya kebayanya yang mengagumkan, lalu berlanjut pada giliran kami; tim Surabaya Fashion Carnival yang saat itu diwakili oleh Felkiza Vinanda, Reza Oktivia Hamenda, dan Putri Macan (khusus event ini,

kami diawali dengan pemutaran portfolio video yang menunjukkan karya Surabaya Fashion Carnival dari tahun 2008 sampai sekarang, mulai dari fitur-fitur yang ada di blog sampai pencapaian kami ketika diliput oleh berbagai media. Setelah video selesai diputar, tiba-tiba mengalir deru tepuk tangan yang cukup meriah dari peserta. Ah, rasanya entah harus bangga atau bagaimana, yang jelas saat itu kami senang mendapatkan apresiasi dari mereka :) Untuk mempersingkat waktu, Linartha segera mengarahkan sesi perkenalan pada para pembicara selanjutnya, yaitu Mars Rizkia, owner dan creative director lini perhiasan Kimilatta, dan Kanyasita Mahastri serta Andriani Rahayu yang mewakili fashion label VRY. Merujuk pada koleksi kalung handmade dreamcatcher Kimilatta yang unik dan pakaian wanita dengan tone warna variatif dari VRY, tiga gadis tersebut juga disambut tepuk tangan dari peserta!

Perkenalan pun berlanjut pada Alek Kowalski yang membawa nama

allthethingsivedone, sebuah fashion label yang didirikannya bersama Dewi Asthari di tahun 2007. Dengan kemampuan public speaking yang baik, Alek Kowalski seakan-akan dapat membius para peserta dan pembicara untuk terus

menyimak apa yang sedang ditawarkan oleh allthethingsivedone. Hal ini diteruskan saat giliran perkenalan jatuh ke tangan Ibu Ariani Widagdo dan Embran Nawawi; mereka berulang kali menyebutkan nama Alek Kowalski dan label allthethingsivedone sebagai contoh proses dan produk yang telah sesuai dengan ilmu pengetahuan fashion design. "Produk fashion yang baik itu adalah produk yang fungsional. Saya suka dengan konsep seasonal (Spring/Summer atau Fall/Winter) yang ditawarkan mas Alek untuk label allthethingsivedone," ujar Ibu Ariani di sela-sela presentasinya tentang Arva School of Fashion. Selanjutnya, Embran Nawawi memberikan



'bonus' materi tentang proses mendesain pakaian secara benar; dari tahap membangun konsep sampai pada menjualnya di pasaran. Tak heran jika para peserta diskusi terlihat semakin serius menyimak penjelasan Embran, karena beliau selalu membahas permasalahan yang sering dihadapi para desainer pakaian. Misalnya, tentang bagaimana mereka harus mendesain pakaian yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Jawaban Embran akhirnya membawa para peserta ke sebuah forum diskusi yang menarik dan inspiratif, seiring mereka diajak untuk berpikir lebih kritis terhadap perkembangan infrastruktur local fashion di Surabaya.

Di urutan terakhir, presentasi Era Hermawan sebagai owner Tempat Biasa menutup sesi perkenalan para pembicara. Karya-karyanya yang berupa penjualan secondhand stuff berkualitas juga tidak luput dari perhatian dan kritisi para peserta diskusi sekaligus pembicara saat itu. Sampai akhirnya terkuak satu persatu issue penting tentang local fashion scene Surabaya dan diskusi mengarah pada topik "Bagaimana masing-masing pembicara membahas dan mencari solusi atas issue tersebut?".

Chamomile Nungki, Era Hermawan, Ibu Ariani Widagdo, Embran Nawawi, dan Alek Kowalski semuanya sudah angkat bicara dalam menyelesaikan satu persatu issue yang dihadapi; kini perhatian para peserta diskusi tertuju pada tim Surabaya Fashion Carnival. Surprisingly, kami langsung ditembak dengan pertanyaan "Kenapa sih kalian udah jarang posting?". Spontan, pertanyaan tersebut langsung bersambung ke topik lainnya; sampai kami bahkan diberi saran menarik untuk membuka peluang kontribusi artikel (agar blog content kami semakin padat) dan mendokumentasikan pergerakan fashion di Surabaya dari tahun ke tahun. Melihat proses diskusi yang interaktif ini, kami sangat berterima kasih kepada para peserta untuk kontribusinya; baik melalui saran maupun kritik terhadap kami sebagai salah satu penggiat fashion di Surabaya. Terima kasih sekali lagi, usul kalian akan kami tampung :)

### #3. Akhir acara.

Proses penutupan diskusi ditandai ketika Alek Kowalski memberikan sedikit komentar tentang isu local fashion scene Surabaya. Beliau menyebutkan bahwa masyarakat pecinta fashion di Surabaya hendaknya sering mengadakan forum khusus. Forum dimana para akademisi, produsen (perancang busana atau aksesoris), distributor (pemilik butik/distro), maupun tim media (jurnalis fashion) dapat bertemu dan mendiskusikan issue-issue penting dalam local fashion scene Surabaya. Anjuran beliau tersebut segera mendapatkan respon positif dari para pembicara, moderator, dan peserta diskusi dengan ditandai deru tepuk tangan yang mengisi venue diskusi malam itu.

Seiring berjalannya waktu, akhirnya forum tanya-jawab harus ditutup. Linartha Darwis selaku moderator segera memberi kesimpulan dari isi diskusi, salah satunya tentang kehadiran media yang sangat penting untuk menyalurkan informasi perkembangan fashion kepada masyarakat Surabaya. Kami pun semua bertepuk tangan sekaligus menandakan bahwa acara diskusi DIY Talk#6 : Fashion telah berakhir.. Baiklah, teman-teman. Sampai jumpa di event berikutnya dan tunggu update yang lain dari kami ;)

**pecinta fashion di Surabaya hendaknya sering mengadakan forum khusus dimana akademisi, produsen, distributor, maupun media dapat bertemu**

#### **Unduh rekaman diskusi**

<http://www.archive.org/download/DesignItYourself2011-DiyTalk6Fashion/Diy6Fashion.mp3>

# Digital Media

---

DIY *Talk*

DAY 7 REPORT

---

**Panelist**

Aditya Adinegoro

Beny Wicaksono

Hendry Wahana

Pinkan Victorien

Novi Elisa

Arghubi Rachmadia

Phleg

**Moderator**

Ayos Purwoaji

---

**Mendefinisikan desain di era digital seperti saat ini ternyata tidak begitu mudah, ada banyak persilangan dan koneksi yang terjadi antar disiplin sehingga memunculkan domain dan bentuk baru dalam berkesenian. Bentuk-bentuk desain konvensional dapat berubah sebagian atau malah menemukan evolusinya yang sama sekali baru.**

Ayos Purwoaji

Dalam diskusi saya memang tidak melontarkan pertanyaan klise “Apakah digital media menurut menambah daftar kebingungan dari setiap peserta diskusi yang hadir saat Anda?” karena saya yakin jawaban dari setiap panelis akan berbeda dan yang terjadi hanyalah itu. Maka saya mengarahkan diskusi tentang digital media ini pada isu kekinian yang masih bisa dielaborasi untuk menelurkan gagasan baru. Salah satunya adalah isu tentang posisi Surabaya dalam peta desain Nasional. Ghubi, pemilik Public Space, mengatakan bahwa dengan adanya perkembangan internet seharusnya desainer Surabaya mampu mengejar ketertinggalannya dengan desainer dari kota lain. “Sekarang source buat belajar sudah banyak, tidak seperti dahulu pada era akhir 90-an hingga awal decade 2000 dimana internet masih begitu jarang diakses orang.”

Benny Wicaksono, sebagai pemain lama dalam seni video art, juga mengamini pendapat Ghubi. “Sekarang setiap orang punya gadget, tinggal pemakaiannya aja yang harus diarahkan. Saat ini setiap orang bisa menciptakan medianya sendiri. Ini namanya desentralisasi seni, ini baru demokratis.” Benny juga mengungkapkan bahwa penggiat kesenian digital di Surabaya tidak kalah banyak dengan kota lainnya, hanya saja atmosfer berkeseniannya belum terbangun secara utuh.

Berkembangnya media saat ini juga disikapi menarik oleh Kinetik, sebuah komunitas pembuat video alternatif Surabaya. Aditya Adinegoro, yang akrab dipanggil Remi, salah satu pegiat Kinetik mengemukakan pandangan tentang isu-isu kecil yang seringkali luput dari perhatian media-media besar. “Kami hadir untuk mendokumentasikan hal remeh-temeh yang terjadi dalam keseharian kita, padahal seringkali yang dianggap tidak penting itu suatu saat akan menjadi sejarah juga,” kata Remi. Kinetik sendiri tidak bekerja sendiri, ia berjejaring dengan "

Forum Lenteng di Jakarta yang memiliki visi sama.

Hingga saat ini, Kinetik sudah banyak membuat kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat umum. Seperti pembuatan video tentang pertandingan tinju yang diadakan di sebuah rumah susun, karya video art tentang narasi kecil di Kampung Ampel, hingga pemutaran bioskop alternatif bagi warga kampung. “Intinya kita ingin memberi wacana tandingan dari media mainstream yang terasa seragam. Kami menggarap hal-hal kecil yang tidak disorot oleh korporasi media. Kami ini media yang tumbuh dan ada untuk masyarakat akar rumput (grassroot),” kata Remi. Tulisan, foto-foto dan media jurnalisme warga (citizen journalism) yang mereka buat ini dimuat di akumassa.org Sama seperti Kinetik, dari bawah pula Phleg meramu musiknya. Banyak orang mengenal Phleg dengan nama panggung Terbujurkaku, sebuah alter ego berwujud seorang musisi digital yang giat meramu suara-suara dari

bawah tanah. Dalam lagu-lagu yang dihasilkannya, Terbujurkaku biasanya mengambil komposisi yang paling dekat dengan masyarakat kebanyakan: dangdut koplo. “Orang sering merasa bahwa musik dangdut itu tidak berkelas,

kampung. Padahal di luar negeri justru dangdut diapresiasi. Dangdut adalah root kita, dari situ saya berkarya,” kata Phleg. Secara filosofis juga Phleg mengatakan pandangannya tentang orisinalitas karya dari seorang seniman digital. “Dengan menggali nilai-nilai yang berasal dari akar budaya, maka karya kita akan terlihat berbeda di masa digital yang semakin seragam ini,” kata Phleg. Diskusi menjadi semakin panas saat menyinggung budaya ‘copy-paste’ dan pembajakan karya kreatif yang marak terjadi. Salah satu peserta diskusi, Iman Kurniadi, seorang penikmat film dan pengelola akun twitter CinematicOrgasm mengatakan bahwa ng



**Sekarang setiap orang punya gadget, tinggal pemakaiannya aja yang harus diarahkan, setiap orang bisa menciptakan medianya sendiri**

budaya meniru tidak bisa dihindari di era digital. “Sekarang yang paling penting adalah bagaimana Anda menjadi orisinal, apa artinya, bahwa apa yang Anda lakukan itu sulit ditiru,” kata Iman. Pendapat lain dikemukakan oleh Jerry Kusuma, seorang freelance designer, “Masalah meniru itu masalah nurani, sekarang semua kanal informasi terbuka, tinggi penggunaannya saja bagaimana memaknai ide,” kata Jeri.

Pinkan Victorien, seorang visual jockey yang hadir sebagai panelis mengatakan bahwa mengambil sumber gambar dan video di internet seringkali dilakukannya. “Tapi saya mencoba mendefinisikan ulang materi tadi menjadi bentuk baru yang sama sekali berbeda,” kata Pinkan. Proses kanibalisme karya dan remix memang tidak bisa dihindari pada zaman internet. Phleg menyarikan pandangannya dari film Rip: A Remix Manifesto yang dijadualkan untuk diputar malam itu, bahwa melakukan remix dan reka ulang dari bentuk sebuah karya bukanlah hal tabu. Justru dari karya-karya lama para seniman digital ini bisa membuat karya baru yang lebih baik.

Tidak hanya interaksi antar karya yang ‘dijahit’ ke dalam bentuk baru, tapi juga interaksi antar desainer dirasa penting dalam mempengaruhi karya seorang seniman digital. “Komunitas itu penting buat sharing, juga membantu kita sebagai seorang pelaku seni untuk mendapatkan atmosfer yang mendukung,” kata Novie Elisa, seorang VJ yang sehari-hari bekerja sebagai script writer di sebuah biro desain ternama.

Komunitas seniman digital seperti WAFT menjadi penting mengingat minimnya komunitas berbasis digital yang ada di Surabaya. “WAFT tidak menjanjikan apapun selain pengalaman berkarya, tapi ini organisasi yang bebas, siapapun bebas masuk, mulai dari dokter hingga mahasiswa,” kata Benny.

Pentingnya komunitas juga disuarakan oleh Hendry Wahana dari Motion Anthem. “Saya selalu belajar dari seniman atau desainer lain dalam berkarya,” kata Hendry. Motion Anthem sendiri didirikan Hendry untuk menampung a

para seniman berbasis 3D namun dengan konsep yang lebih terbuka. “Ada juga anggota kami yang illustrator,” kata Hendry. Sebagai desainer freelance yang sering bekerja dengan korporasi besar, Hendry menekankan bahwa kualitas artistik dalam sebuah karya digital bukanlah hal utama. “Kita bisa saja bikin yang lebih bagus, tapi kalau klien tidak suka, apa boleh buat. Sepanjang pengalaman saya, klien dari korporat itu lebih suka video yang nendang di awalnya, jadi impresif bagi klien,” kata Hendry.

## **Melakukan remix dan reka ulang dari bentuk sebuah karya bukanlah hal tabu. Justru dari karya-karya lama para seniman digital ini bisa membuat karya baru yang lebih baik**

### **Unduh rekaman diskusi**

<http://www.archive.org/download/DesignItYourself2011DiyTalk7DigitalMedia/Diy7DigitalMedia01.Mp3>

<http://www.archive.org/download/DesignItYourself2011DiyTalk7DigitalMedia/Diy7DigitalMedia02.mp3>

# Urban Planning

---

*DIY Talk*

DAY 8 REPORT

---

**Panelist**

Gunawan Tanuwidjadja

Anas hidayat

Iman Christian

MADcahyo

Wahyu Setyawan

**Moderator**

Hermawan Dasmanto

Goya Tamara

---

Di hari terakhir DIY Talks, yang diadakan hari Sabtu, 29 Oktober 2011, kami membahas tata kota (urban planning), dengan memfokuskan pada pertanyaan: tata kota seperti apa yang dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan komunitas kreatif secara berkelanjutan (sustainable)? Panelis hari itu adalah Gunawan Tanuwidjaja dari UK Petra, Anas Hidayat dari Republik Kreatif, MADcahyo dari noMADen, Wahyu Setyawan dari arsitektur ITS, dan Iman Christian dari Bappeko (Badan Perencanaan Pembangunan Kota).

Kathleen Azali

Setelah moderator malam itu, Goya Tamara dan Hermawan Dasmanto dari ARA studio memperkenalkan masing-masing pembicara, sesi dimulai dengan presentasi dari MADcahyo. Beliau memberi kita sedikit paparan historis mengenai perkembangan kota Surabaya. Merujuk pada buku Howard K. Dick, Surabaya, *City of Work: A Socioeconomic History, 1900-2000*, MADcahyo menunjukkan bahwa memang secara historis Surabaya dibangun sebagai kota perdagangan, kota kerja, kota industri. Kota ini sebenarnya tidak dirancang sebagai kota singgah. Di awal abad ke-20, perancangannya tidak bisa mengimbangi laju perkembangannya yang begitu cepat.

MADcahyo kemudian menunjukkan bagaimana karena tidak ada perencanaan yang baik, lahan tinggal menimbulkan banyak permasalahan di Surabaya. Banyak status tanah yang tidak jelas, dan di sela-sela hunian yang (tampak) tertata, hampir selalu dijumpai kampung-kampung yang nyempil di antaranya.

### **Kampung sebagai Creative Hotspots**

Menurutnya, potensi kampung-kampung ini perlu digali sebagai pusat-pusat (hotspot) kreatif. Apalagi, mengingat saat ini, kampung-kampung itu terus menerus menua. Dalam artian, anak-anak mudanya keluar dari kampung, dan tidak lagi tinggal di dalamnya. Kampung perlu dirancang supaya tetap menarik ditinggali tenaga-tenaga kerja muda dengan peremajaan infrastrukturnya. Dari pemetaannya dalam presentasinya, MADcahyo menunjukkan bahwa kampung makin terdesak, jaringan transportasi antar kampung pun kurang terjalin dengan baik. Akses sering terbatas, atau harus menempuh jalan yang cukup jauh. Ketidakterhubungan ini sangat membatasi komunikasi, transportasi, dan pada akhirnya kemungkinan-kemungkinan untuk berkolaborasi.

MADcahyo juga memberi pemetaan

perbandingan ruang “produktif” dan ruang “konsumtif”. Ruang “produktif” di sini didefinisikan sebagai ruang-ruang publik yang memungkinkan pengunjungnya untuk mencipta dan berkarya, seperti perpustakaan, galeri, dan ruang terbuka hijau, sementara ruang “konsumtif” adalah ruang-ruang yang lebih mendorong kegiatan konsumtif seperti pusat perbelanjaan dan mall. MADcahyo menggunakan Surabaya Book Map yang telah diluncurkan C2O April lalu (bisa diunduh di : <http://c2o-library.net/bookmap/> ). Sebenarnya penyebaran ruang-ruang produktif dan konsumtif cukup merata, tapi memang dari segi visibilitas dan kekuatan ekonomi, ruang-ruang produktif ini sangat kurang.

Arsitek muda yang baru saja pulang dari presentasi bersama di Indonesian Architecture Week di Tokyo ini kemudian memberi contoh kasus Yokohama. Jadi Yokohama itu punya Yokohama Creative City Center.

Pemerintah Yokohama sadar, bahwa kalau

kota itu ingin menjadi sesuatu, harus by design, harus dirancang, harus ada perencanaan, dan itu harus dijaga kontinuitasnya, antara satu pemerintah dengan pemerintah berikutnya. Jangan seperti Indonesia, ganti walikota, ganti

presiden, ganti kebijakan.

Dengan mengambil model creative city dari Inggris, dibentuklah Yokohama Creative City Center. Ini berfungsi sebagai lembaga intermediasi resmi, yang mempertemukan pemerintah, bisnis, dengan komunitas, dan berisi orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya. Jadi ada kerjasama antara dunia kapitalisme raksasa, pemerintah, dan komunitas. Selain itu, juga ada program artist in residence, yang memanfaatkan kreativitas seniman untuk berkontribusi dalam perkembangan kota. Studio, perpustakaan, café dan lain-lain dibangun untuk mengakomodasi pertemuan, dan daerah-daerah “kumuh” juga direnovasi, atau



### **Ketidakterhubungan ini sangat membatasi komunikasi, transportasi, dan pada akhirnya kemungkinan-kemungkinan untuk berkolaborasi.**

“diremajakan”, untuk menarik pengunjung. Peran pemerintah dalam perencanaan dan pembentukan kota

Iman Christian dari Bappeko (Badan Perencanaan Pembangunan Kota) Surabaya menayangkan presentasinya mengenai rencana pembangunan Surabaya. “Sering teman-teman dari komunitas kreatif itu anti pada pemerintah. Kami dari pemerintah sebenarnya ingin membantu, tapi kami juga perlu tahu bagaimana kami bisa memfasilitasi dan bersinergi.” Karena presentasi yang dibawa Iman cukup besar, ada kesulitan teknis dalam membuka filenya. Sesi kemudian diisi dulu dengan sedikit tanya jawab. Iman mengakui bahwa pemerintah memang sangat membutuhkan masukan dan partisipasi aktif komunitas dan masyarakat untuk membentuk perencanaan yang kondusif.

Pemerintah juga mengakui kelemahannya dalam grand design dan SOP. Selain itu memang tidak ada yang bisa diandalkan dari segi pariwisata dibandingkan dengan kota lain seperti Lamongan, misalnya.

Memang, pemerintah harus play it safe, agar sesuai, “on track” dengan perencanaan yang dibuat setahun sebelumnya, tapi di sisi lain mereka juga harus berinovasi. Kuncinya adalah bagaimana menjaga keseimbangannya, dan menyesuaikannya dengan perencanaan dan anggaran yang ada. Jadi, harus ada antisipasi di awal.

Lalu, mengenai city branding dan pembentukan identitas kota, apakah tidak ada rencana membentuk lembaga semacam itu di Surabaya, yang mempertimbangkan identitas kota dan perencanaannya dengan bersinergi dengan komunitas dan bisnis? Iman mengatakan bahwa ada rencana pembentukan tersebut, dan mereka baru saja melakukan studi banding di Amsterdam bersama Freddy Istanto dari Surabaya Heritage, dan sekarang sedang sibuk kerja sama dengan Brazil. Iman kemudian juga menunjukkan slides-slides rencana seperti

pembentukan theme park yang akan melibatkan reklamasi tanah, dan sebagainya. Ada juga rencana revitalisasi kota tua yang harus berjalan bersandingan dengan pembangunan yang semakin cepat.

## **Sustainable Public Spaces of Surabaya**

Gunawan Tanuwidjaja dari Arsitektur UK Petra kemudian memberi presentasi bagaimana membuat ruang publik yang sustainable dan merespon kebutuhan masyarakat Surabaya. Misalnya, Surabaya dengan cuacanya yang panas menyukai budaya cangkruk dan ruang terbuka. Merujuk pada Jane Jacobs, dia tidak setuju dengan sistem master planning yang kemudian “memaksakan” secara horizontal ke bawah. Tidak bisa semuanya kemudian diatur dari atas dengan sistem top-down. Pertanyaannya adalah bagaimana dalam perancangan lingkungan dan bangunan, kebutuhan ini terfasilitasi, sekaligus juga memberi ruang yang cukup cair bagi mereka untuk bergerak. Jadi di sini perlu

dipertimbangkan bagaimana desain dan perancangan mempengaruhi kawasan yang lebih luas, di luar bangunan dan kawasan kita sendiri.

Dalam pembuatan grand design, yang perlu diperhatikan adalah sistem pengaturan koridor-

koridor tertentu. Misalnya, di C2O yang merupakan perpustakaan, boleh melakukan aktifitas-aktifitas industri kreatif, tapi tidak boleh industri berat yang menimbulkan keramaian dan polusi. Perencanaan seperti ini tidak bisa hanya melibatkan pemerintah dan desainernya, tapi juga harus melibatkan warga. Jadi mungkin ke depannya, rencana-rencana masa depan ini bisa dielaborasi dengan workshop yang melibatkan warga setempat melalui participatory planning sebagai strategi yang lebih baik. Rencananya pun tidak harus satu saja, tapi bisa ada beberapa alternatif. Selain itu, juga sangat diperlukan sosialisasi yang terus menerus. Karena memang sering informasi mengenai fungsi dan nilai-nilai bangunan sejarah, acara.



**Kami dari pemerintah sebenarnya ingin membantu, tapi kami juga perlu tahu bagaimana kami bisa memfasilitasi dan bersinergi**

-acara di Surabaya, ini tidak dikomunikasikan dengan baik, atau aksesnya sangat terbatas.

### **Diagram dari slide presentasi Gunawan Tanuwidjaja**

Menurut Gunawan, ada tiga unsur yang perlu diperhatikan dalam pembentukan sustainable spaces: ekonomi, lingkungan dan sosial. Sustainable itu bisa merangsang ekonomi lokal secara berkelanjutan, memfasilitasi kolaborasi kreatif lintas komunitas, dan memperhatikan lingkungan dengan menghijaukan kota dan memberi ruang untuk aktivitas. Beliau memberi contoh Taman Bungkul, yang bisa dipakai untuk acara musik, olah raga, transaksi ekonomi (PKL). Kemudian, beliau juga memberi contoh JakArt untuk kolaborasi kreatif multidisiplin. Ada berbagai ekspresi yang bisa diwadahi dalam kota kreatif, dan tentunya tidak harus satu bidang. Saat ini Taman Bungkul pun tampaknya sudah melebihi kapasitasnya karena semua orang kemudian menjadi terpusat ke Bungkul. Perlu disosialisasikan juga guna taman-taman lain yang telah dibangun kepada warga sekitar. Beliau kemudian memberi contoh kasus di Singapura bagaimana ruang-ruang “sisa”—ruang-ruang di pinggir sungai yang disebut sebagai drainage reserve—dimanfaatkan ulang. Jadi mungkin hal-hal seperti ini bisa dikembangkan juga di Surabaya. Di pinggir sungai, selain untuk drainase, juga bisa dikembangkan untuk bersepeda. Sayangnya memang ruang-ruang yang ada saat ini belum terencana dengan baik. Di Singapura, integrasi ini dilakukan dari tata air, transportasi, settlement, industri (terutama industri berat yang dialokasikan di daerah barat, menghindari populasi umum). Sayangnya penggunaan atau konservasi tempat-tempat “sisa” atau gedung-gedung lama juga tidak bisa semudah itu dilakukan di Surabaya, karena ternyata biasanya banyak konflik internal kepemilikan tempat.

kepemilikan tempat.

### **Menjadikan Kota Kita melalui mural**

Wahyu Setyawan memberi contoh program-program pembuatan mural di Amerika, terutama Philadelphia dan New Orleans. Philadelphia, yang di tahun 1980an adalah kota yang lesu dan tidak aman, atas inisiatif pemerintah, masyarakat dan swasta membuat kota ini di akhir 1990an menjadi salah satu kota yang paling bergairah. Salah satu caranya adalah branding kota melalui mural.

Pembuatan-pembuatan mural ini melibatkan tidak hanya seniman, tapi juga mengajak berunding komunitas sekitar, dengan perencanaan yang lama dan intensif. Ada komitmen dan kerjasama antara pemerintah, warga dan swasta. Ukuran mural-mural ini raksasa, dan bertahan bertahun-tahun, tidak hanya sebentar untuk kemudian diganti.

Penggambaran diolah dan menampilkan hal-hal dan karakter-karakter lokal. New Orleans yang dikenal sebagai kota kelahiran

Jazz, tertuang dalam branding kotanya.

Sekarang, pertanyaannya adalah, apa yang perlu dilakukan? Pertama, menurut Wahyu, adalah komitmen kerjasama antara pemerintah, swasta, dengan

warganya. Kedua, berangkat dari hal-hal dan keunikan-keunikan yang sudah ada di sekitar, tidak perlu mencari-cari atau membuat-buat dari luar. Kemudian ketiga, memperbanyak tempat-tempat di mana masyarakat bisa bertemu dalam ikatan sosial, budaya dan ekonomi. Keempat, kita perlu menikmati kota dengan pergerakan yang “lambat”, karena menurutnya, kita akan keluputan banyak hal ketika kita begitu tergesa-gesa mengejar “modernitas” dalam alur yang begitu cepat dan tidak memperhatikan sekitar. Di sini beliau mengangkat lagi kasus kampung di Surabaya yang sebenarnya cukup dikenal di mancanegara karena keberhasilan penataannya.



### **ada tiga unsur yang perlu diperhatikan dalam pembentukan sustainable spaces: ekonomi, lingkungan dan sosial**

## **Surabaya sebagai kota distributor, kota "makelar"; tapi semrawut?**

Anas Hidayat mengkritisi bagaimana kota Surabaya, sebagaimana disampaikan oleh MADcahyo sebelumnya, memang merupakan kota distributor, kota makelar. Dalam prosesnya, ini kemudian kerap menekan dan menyingkirkan ruang-ruang marjinal. Sementara untuk konservasi bangunan lama, ada kecenderungan untuk "ngelap-ngelap guci lama", mengagumi warisan-warisan dari masa lalu (terutama berkaitan dengan gedung-gedung kolonial), tapi tidak ada usaha untuk berbuat apapun, atau bahkan, membuat guci yang lebih baik. Beranjak dari "ngelap-ngelap guci" ini, salah satu pengunjung, Firman, juga menyatakan bahwa ada baiknya memang pembangunan tidak berlandaskan sentimental nostalgis saja, tapi berdasarkan sentikoran untuk perkembangan yang berkelanjutan. Juga perlu diperhatikan untuk tidak sekedar menjual "kemiskinan" sebagai tontonan.

Antonio Carlos kemudian mengkritisi, bahwa dalam perancangan grand design, harus berangkat dari "jati diri" kota Surabaya, jangan merasa minder atau sekedar mengekor kota-kota lain.

Nah, jati diri kita apa, kota Surabaya ini? Kalau

memang kota makelar, why not? Apa salahnya dengan makelar? Kalau kita lihat sejarah, kota-kota besar berkembang, Byzantium, itu adalah negara jaya karena mereka adalah penghubung perdagangan Barat dan Timur. Makelar, mereka. Apa salahnya? Singapura, itu mbok-mboknya makelar.

Sehingga kalau memang kota Surabaya adalah kota perdagangan ya bangunlah infrastruktur dan fasilitas untuk perdagangan. Dari pusat perbelanjaan, gedung-gedung bersejarah, wisata kampung, hingga kulinernya. Kalau capek belanja, bisa ke kota tua, mau ketemu client, bisa sambil makan-makan. Jadi, bangunlah dari satu jati diri itu.

tidak ada lalu diada-adakan, buang-buang tenaga buang-buang duit. Apa yang sudah ada, ayo digarap, itu jauh lebih mudah. Saya pernah diundang untuk pelaksanaan unit pariwisata. Dari mangrove, mereka bilang, "Kami akan membuat taman rekreasi di mangrove (bakau) dengan lampu-lampu dan segala macam..." dan yah saya hahaha...

Yah, saya berkata, jangan berpikir kalau wisata itu harus ada lampu-lampu, harus rame, harus gegap gempita. Contoh kasus di Amerika Selatan, ada wisata melihat migrasi ikan paus, dan itu adalah wisata yang sangat tenang, tidak boleh ribut, tidak boleh mengeluarkan suara perahu. Kapalnya harus tenang, didayung pelan, tidak boleh pakai mesin.

Kita juga sekarang ngomongnya, wah, wisata bahari Lamongan. Batu Spectacular Night. Liat saja lima tahun lagi, itu turis-turis bakal muak. Kenapa? Theme park lagi, theme park lagi.

Nggak ada yang lain! Kita menjadi gagal karena kita tanpa berpikir panjang mengekor apa yang kota lain lakukan. Jadi berangkatlah dari jati diri Surabaya. Nah, sebenarnya, sudah ada nggak sih jati diri itu?

## **Banyak penelitian urban, didanai oleh perusahaan-perusahaan Jepang. Ujung-ujungnya adalah peningkatan bisnis otomotif Jepang**

## **Kurangnya sinergi antara pemerintah, swasta, warga dan pendidikan**

Slamet Abdoel Sjukur juga

cenderung pesimis dengan kebiasaan pemerintah untuk membuat berbagai master plan, tapi tidak bisa konsisten dalam penerapannya. Misalnya, akhir-akhir ini makin banyak pembuatan trotoar yang bagus, tapi ini bertentangan dengan perlebaran jalan, sehingga akhirnya makin banyak sepeda motor yang naik ke trotoar dan akhirnya juga membuat trotoar tidak aman untuk pejalan kaki. Ini juga berujung pada kegagalan pemerintah menyediakan transportasi umum yang baik. Pada akhirnya masyarakat sendiri jauh lebih kreatif dalam menghadapi berbagai permasalahan. Tapi dampaknya, kreatif sendiri, dan transportasinya pun menjadi kacau. Slamet menceritakan sudah dua kali ditabrak di

dan kalau dia jalan di kampung, berulang kali dia diklakson di jalan.

Terkait dengan peningkatan jumlah sepeda motor, para pembicara juga mengatakan bahwa ini tidak terlepas dari kepentingan politik dan ekonomi yang lebih luas (nasional dan internasional). Tidak bisa disangkal, bahwa banyak penelitian urban, didanai oleh perusahaan-perusahaan Jepang. Ujung-ujungnya adalah peningkatan bisnis otomotif Jepang. MADcahyo menambahkan bahwa di Jepang sendiri, mobil dan motor sendiri tidak memadati jalan. Di sana yang dibangun adalah transportasi umumnya, sementara kendaraan-kendaraan yang mereka produksi kebanyakan malah diekspor ke luar.

Sementara mengenai transportasi umum, tidak bisa disangkal bahwa sistem transportasi umum Surabaya memang tidak sebanding dengan banyak kota besar lainnya di Indonesia. Busway memang pernah digagas, tapi akhirnya tidak jadi dilakukan. Tram dan MRT sedang direncanakan untuk dibangun di Surabaya. Tapi sayangnya, transportasi yang sudah ada seperti angkot dan bis umum, tidak direncanakan untuk dikembangkan rute dan pelayanannya karena sistemnya by demand, sementara dinilai demandnya memang rendah dan terus menurun. Ini belum membahas tenaga kerjanya (pengemudi). Mungkin ini berarti kita harus mengkampanyekan penggunaan transportasi umum?

Ketidakterhubungan ini tidak hanya terjadi pada sistem transportasi. Dalam penggunaan ruang publik untuk pameran, terutama dalam kasus Balai Pemuda, komunitas seniman dan desainer sering mengeluhkan bagaimana mereka sering dipersulit dalam pembuatan acara oleh wakil-wakil pemerintah. Misalnya, meskipun acara sudah dipesan jauh-jauh hari, tiba-tiba sewaktu hari H-nya, ruang diberikan pada acara lain yang lebih menghasilkan (biasanya pernikahan). Tidak jarang, seniman dibebani biaya sewa yang memberatkan. Ini ternyata juga dikarenakan adanya target nominal yang perlu disetor kepada pemerintah lokal. Selain itu, tidak semua ruang

publik adalah milik pemerintahan kota—ada yang milik pemerintah daerah, dan mereka semua punya kepentingan masing-masing. MADcahyo menutup diskusi dengan melemparkan kemungkinan dibentuknya satu lembaga yang dapat menjembatani lembaga pemerintah, swasta, pendidikan dan warga agar kebijakan-kebijakan yang dibentuk juga lebih jelas dan tidak serba tanggung. Dengan otonomi daerah, setiap kota sebenarnya diwajibkan masing-masing memiliki master plan. Tapi pemikirannya masih sekedar proyek jangka pendek, pokok diadakan aja. Lembaga ini bisa berfungsi menjaga keberlangsungan pembangunan, dan juga mencegah pergantian atau perhentian pembangunan ketika pemerintah berganti. Sayangnya karena acara selesai jauh melewati batas waktu, akhirnya rencana pemutaran Visual Acoustics tidak sempat kami putar.

### **Unduh materi presentasi**

Kampung as Creative Hotspots (MADcahyo)  
[Http://www.archive.org/download/DesignItYourself2011-DiyTalk8UrbanPlanning/MadcahyoNomaden.ppt](http://www.archive.org/download/DesignItYourself2011-DiyTalk8UrbanPlanning/MadcahyoNomaden.ppt)

Sustainable Public Places of Surabaya (Gunawan T)  
[Http://www.archive.org/download/DesignItYourself2011-DiyTalk8UrbanPlanning/2-sustainablePublicSpaces.pdf](http://www.archive.org/download/DesignItYourself2011-DiyTalk8UrbanPlanning/2-sustainablePublicSpaces.pdf)

Perencanaan Kota Surabaya (Iman C, Bappeko)  
[Http://www.archive.org/download/DesignItYourself2011-DiyTalk8UrbanPlanning/PaparanDaop8edit1](http://www.archive.org/download/DesignItYourself2011-DiyTalk8UrbanPlanning/PaparanDaop8edit1)



---

# DIY *Think*

---

*Further Thoughts*

---



# Creating Creative Public Spaces in Surabaya

---

*DIY Think*

---

Gunawan Tanuwidjaja

---

Keywords:  
Creative Public Spaces,  
Sustainable Public Spaces,  
Bungkul Park

---

## **ABSTRACT**

**Creative public spaces were needed to facilitate creative economics activities. The creativity could be enhance with facilitating variety of local economy, improving urban greenery, facilitating sports and recreation activities, facilitating social interaction and bringing communal pride and memory.**

The Bungkul Park was found as the creative public space because it supported the Local Economy (food hawkers, etc). The park facilitated creative collaboration such as bikers' communities, art activities. Lastly, the park also provided recreation and sports in the urban context with abundant greeneries as well as the social interaction, pride and memory to the People. All these created liveable and vibrant public spaces. Therefore, similar approach needed to be implemented in other cities that would like to create creative public spaces.

## **INTRODUCTION**

The creative process could be defined as the discovering new ideas or implementing of the existing ideas in different field (Wallas, G., 1926). The creative collaboration could happen when two or more people or organizations work together in an intersection of common goals by sharing knowledge, learning and building consensus."

Romer (1986) explained that, "The creativity is needed in process of producing new solution in achieving economic growth." Meanwhile, Florida (2002) stated that "Regions with Technology, Talent and Tolerance or '3T' would have an excellent economic development." Creativity needs a place; therefore creative public spaces were needed to facilitate creative economics activities and other human needs. As Jane Jacobs (1961) stated "Cities have the capability of providing something for everybody, only because, and only when, they are created by everybody."

Jane Jacobs (1961) approached cities as

living beings and ecosystems that developed over time. The element of the city especially parks and neighbourhoods needed to function in synergy. She promoted the "mixed-use" urban development (the integration of different building types and uses) and the diversity of functions, as well as residents using areas at different times of day, producing community vitality. The cities would be vital because of their "organic, spontaneous, and untidy" situation and it could be achieved with Bottom-Up Community Planning.

Furthermore, Evans, G., et.all. (2006), Lessons Learned in Strategies for Creative Spaces and Cities, stated that "Built form, public and natural spaces were found important to express and stimulate a city's creativity. The city could strengthen its creative spaces, and thus its creative energy, by preserving heritage buildings, promoting and financing art for public and natural spaces, and using well-designed built form to showcase its distinctive character."

Creative Collaboration could only take place in the place that conducive for social interaction. This was mentioned by Snyder (1979). The critical environment-behavior relations in small-group situations were normally named as small-group ecology. It means that interpersonal contacts were affected by proxemic distances for various types of activities, dimensions, shape, and character of space. The studies found what types of spaces are best for seminars, conferences, meetings, informal discussions, and so on? And what types of small-group interaction happen in the corridors, courts, or plazas? Social interaction easily happened in the suitable areas

such as seminar rooms that have a central square area and an “escape” area, it allows both intensive discussion and the chance to escape the intensity without leaving the room.

Understanding the Social interaction was important for creative public space. Chermayeff and Alexander proposed six realms of individual private space to urban public space. The realms were: Individual private areas, relating to the person - for example, a person’s private space

Family or small-group private areas, relating to the primary group-for example, home or dormitory suite.

Large-group private areas, relating to a secondary group - for example, management control of privacy on behalf of all residents in an apartment building.

Large-group public areas, involving the interaction of the large group with the public-such as semi-controlled public sidewalks or an area of group mailboxes.

Urban semi-public areas, that may be government- or institution-controlled with public access if purpose warrants-such as banks, post offices, airports, city halls.

Urban public areas, characterized by public ownership and complete public access-including parks, malls, and streets.

The most successful urban public spaces incorporate all of these realms in a clear hierarchy that visible for all users. Chermayeff and Alexander actually explained that the entire users’ behaviour must be considered in the community spaces design. A good urban, semi-public space will incorporate large-group public spaces and each of the smaller scale realms.

The vibrant public spaces could only be achieved with the design strategies of creative public spaces: Enhance the Economy

Support the Local Economy

Facilitate Creative Collaboration

Enhance the Environment

Improve the Urban Green

Facilitating Sports and Recreation Activities

Enhance the Social Aspect

Facilitate Social Interaction

Bringing pride and memory to the People

One successful public spaces created in Surabaya is the Bungkul Park. The Park was developed in 2006. The strategic location of the park was identified as the main reason of its success.

The park was originally was a tomb for Mbah Bungkul. He was recognised as the “Sunan” or Moslem Saints that spread Islam in Java Island such as: Syah Abdul Muhyi (Tasikmalaya), Sunan Geseng (Magelang), Sunan Tembayat (Klaten), KI Ageng Gribig (Klaten), Sunan Panggung (Tegal), Sunan Prapen (Gresik), etc.

The Bungkul Park was originally planned for Sport, Education, and Entertainment. The Park was equipped with facilities, such as the skateboard & BMX bike track, jogging track, plaza (with open stage for various types of live performance entertainment), wireless internet access, public telephone, greeneries, the fountain, Food Hawker Area (Pujasera) and drinking tap water.

The Park was found packed with the Surabaya Residents every Sunday Morning during the car free day event. The event actually drew many residents

to come and use the park, including youth, elderly people, and families. Range of bike communities such as racing bikers, folding bikers, BMX, etc gathered every Sunday morning. Not only that on Saturday nights, live music events were held in this park. The Bungkul Park, was regarded as the square of Surabaya, since it is always crowded visitor. Actually the Surabaya Town Square was located in Jalan Pemuda. Unfortunately, the park did not attract people. Other parks available in Surabaya, are Taman Prestasi (in the Jalan Ketabang Kali), Taman Apsari (in front of Grahadi Building), Taman Sulawesi (in the Jalan Sulawesi), Taman DR. Soetomo (in the Jalan DR. Soetomo Darmo), Taman Mayangkara (in front of Islamic Hospital/ Rumah Sakit Islam), Taman Ronggo Lawe (in the Jalan Gunung Sari), Taman Buah (in the Jalan Undaan). But still the Bungkul Park attracted more people than the other parks.

Many informal hawkers were facilitated in the Bungkul Park. They sold food, coffee, soft drinks, watches, bracelet, massage veins, powerful drugs. Beside of them, tattoo artists, accessories seller, face painters, magic entertainment, and chess game players could be found in the park. The park also facilitated children to play games such as, a teeter totter, swing, sliding, skate park and so on.

## CONCLUSION

Creative public spaces were needed to facilitate creative economics activities.

Jane Jacobs (1961) stated that “Cities have the capability of providing something for everybody, only because, and only when, they are created by everybody.”

Evans, G., et.al. (2006), also stated that “Built form, public and natural spaces were found important to express and stimulate a city’s creativity. The city could strengthen its creative spaces, and thus its creative energy, by promoting and financing art for public and natural spaces.”

The vibrant public spaces could only be achieved with the design strategies of creative public spaces: Enhance the Economy

Support the Local Economy

Facilitate Creative Collaboration

Enhance the Environment

Improve the Urban Green

Facilitating Sports and Recreation Activities

Enhance the Social Aspect

Facilitate Social Interaction

Bringing pride and memory to the People

The Bungkul Park was found as the creative public space because it supported the Local Economy (food hawkers, etc). The park also facilitated creative collaboration such as bikers’ communities, art activities. Later on, the park also provided recreation and sports in the urban context with greeneries. The social interaction, pride and memory to the People were also generated by the Park. All these created liveable and vibrant public spaces.

## ACKNOWLEDGEMENT

We’d like to express our gratitude to :  
Architecture Department of Petra  
Christian University

Agus Dwi Hariyanto, ST., M.Sc.  
Head of Architecture Department.

Ir. Joyce M. Laurens, M.Arch.,  
Lecturer of Architecture Department.

School of Architecture, Planning and  
Policy, ITB.

Dr. Ir. Woerjantari Soedarsono M.T.,  
Vice Dean of School of Architecture,  
Planning and Policy.

Ir. Eko Purwono MSAS., Lecturer of  
Architecture Department.

Mr. Ir. Dodo Juliman, UN-HABITAT  
Indonesia Program Manager.

Mrs Joyce Martha Widjaya, Senior  
Researcher of Research Institute of  
Socio-Economic and Community  
Development, Public Works  
Department.

ARA Architecture Consultant  
Mr. Hermawan Dasmanto ST.  
Mr. Goya Tamara Kolondam ST.

C20 Library

# Manajemen Desain

**Sebuah pendapat  
pelengkap diskusi**

---

*DIY Think*

---

Bayu Prasetya

---

Keywords:  
Manajemen Desain,  
Bisnis Desain

---

**Manajemen atau pengelolaan sebenarnya adalah bahasa universal bagi semua urusan hidup kita sehari-hari. Namun, pengelolaan menjadi ilmiah ketika dunia akademis menganggapnya sebagai salah satu faktor penentu kesuksesan, dan sejak saat itulah pengelolaan diolah sedemikian rupa menjadi formula-formula yang diyakini akurat dalam mencapai kesuksesan tersebut.**

Menurut saya memahami sebuah pengelolaan adalah memahami obyek kelolanya, semisal manajemen ekonomi akan berbicara tentang pemahaman-pemahaman ekonomi itu sendiri. Sehingga ketika prinsip ekonomi adalah dengan usaha yang kecil mendapatkan hasil yang besar maka manajemen dalam ekonomi-pun berbicara tentang efisiensi dan efektifitas. Masing-masing obyek kelola akan sangat mempengaruhi ruh dari masing-masing pengelolaannya. Hari ini jadi sangat banyak formula-formula pengelolaan yang muncul seperti Manajemen Operasional, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Manajemen SDM, sampai Manajemen Hati, Qalbu, Spiritual, dan sebagainya. Dari beragam jenis manajemen tersebut, yang berbeda adalah obyek kelolanya, dimana masing-masing obyek kelola memiliki tujuan-tujuan yang spesifik. Terlepas dari tampak beragam karena perbedaan obyek kekolanya, tetap ada bahasa-bahasa universal yang bisa kita tarik sebagai prinsip dari pengelolaan itu sendiri yakni pengelolaan merupakan cara-cara yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan. Prinsip ini berlaku disemua obyek kelola, termasuk desain. Berbicara tentang manajemen desain merujuk penjelasan saya diatas, berarti berbicara tentang pemahaman-pemahaman desain itu sendiri, dan salah satu kata kunci yang kuat dalam desain adalah kreativitas. Bisa dibilang manajemen desain adalah cara mengelola kreativitas, pertanyaan selanjutnya adalah apakah mungkin kreativitas itu dikelola? Bukankah ketika muncul sebuah pengelolaan justru nantinya akan membatasi kreativitas itu sendiri? Pertanyaan-pertanyaan ini lumrah ada karena kreativitas cenderung mengarah pada pembebasan ekspresi, pembebasan berpikir, dan pembebasan-pembebasan lainnya yang berujung kepada hal-hal yang sifatnya tidak boleh diatur. Menurut

saya justru ini tantangan dan letak uniknya, bahwa pengelolaan yang satu ini harus memiliki ruh dari hal-hal yang sifatnya anti kelola. Secara definitif saya menganggap manajemen desain yang baik adalah pengelolaan dan pengontrolan kreativitas tanpa membatasi kreativitas itu sendiri. Dan terlepas dari polemik yang sebenarnya saya buat-buat sendiri, yakinlah bahwa manajemen dalam desain amat sangat penting. Hehehe... Saya tidak akan membahas desain dari sudut pandang kreativitas karena selain akan berkepanjangan dan melebar kemana-mana, saya sebenarnya sama sekali belum menguasai materi kreativitas ini. Desain yang akan saya bahas di sini adalah desain sebagai desain itu sendiri secara praktis, dan ia bertindak sebagai obyek bukan predikat kata kerja, dan penekanan saya tentang pembahasan manajemen desain ini adalah pengelolaan sebuah proyek desain dan pengelolaan unit usaha desain atau saya lebih suka menyebutnya dengan kantor desain. Mengelola proyek dan mengelola kantor adalah dua hal yang saya anggap sama pada awal-awal saya berpraktek sebagai desainer. Saya pikir mengelola kantor desain adalah menyelesaikan proyek desain bersama tim dalam satu institusi yang sama. Namun itu salah, mengelola proyek desain dan mengelola kantor desain adalah dua hal yang berbeda, begini gambarannya. Mengerjakan proyek desain itu seperti mencukur rambut dimana desainer adalah tukang cukurnya. Untuk mencukur rambut seseorang, si tukang cukur harus menguasai teknik cukur rambut yang baik, disisi lain ia juga harus memahami segala macam model rambut terutama model-model yang sedang trend untuk memperkuat kualitas layanannya. Selain kemampuan utama tersebut, dalam proses mencukur rambut, si tukang cukur juga harus memastikan alat-alatnya berfungsi dengan baik, memastikan kursinya bersih, jubah

pelindung juga bersih dan sebagainya. Semua kegiatan mulai tahap persiapan, mencukur, menerima fee, hingga bersih-bersih untuk persiapan konsumen selanjutnya ini adalah sebuah pengelolaan proyek.

Suatu ketika karena si tukang cukur ini dianggap handal, konsumennya pun semakin banyak dan ia pun semakin kuwalahan menangani proyek-proyek cukur rambutnya. Pada titik ini si tukang cukur berpikir bahwa ia butuh tim untuk membantunya, butuh ruangan yang cukup luas untuk menerima beberapa konsumen, dan akhirnya keputusannya adalah membuat barber shop. Pada perjalanannya membuka barber shop kompleksitas pengelolannya ternyata bertambah, si tukang cukur tadi tidak hanya berpikir bagaimana memberikan pelayanan cukur rambut terbaik kepada konsumen, namun ternyata ia juga harus memikirkan ijin usaha barber shop-nya, pembagian tugas timnya, menerima dan mencatat uang yang didapat per harinya, menentukan besar gaji yang harus ia bayarkan, sampai ke urusan pemeliharaan AC di barber shop tersebut. Pengelolaan yang diluar urusan pelayanan cukur rambut langsung kepada konsumennya ini adalah yang saya maksud sebagai pengelolaan kantor.

Pengalaman saya juga sama persis dengan gambaran tukang cukur ini. Pada awalnya saya hanya menyelesaikan proyek-proyek desain saja, mulai dari bertemu klien untuk mengambil client brief, merancang dan membangun strategi komunikasi, mengembangkannya dalam visual, bahkan sampai mensupervisi vendor produksi jika output desain saya dibuat asal. Dan ketika saya memutuskan untuk membuka kantor desain, hal-hal yang saya lakukan semakin kompleks seperti membuat badan hukum untuk kantor saya, membuat laporan keuangan kantor, membuat SOP yang jelas, dan sebagainya. Bahkan intensitas saya dengan

software-software desain grafis banyak tergantikan oleh software-software office. Gambaran di atas semoga memperjelas perbedaan antara pengelolaan proyek dengan pengelolaan kantor, dan sebenarnya yang ingin saya bagi terkait dengan manajemen desain adalah kesadaran kita sebagai desainer terhadap dua macam pengelolaan ini sekaligus perbedaan keduanya. Dengan kesadaran ini saya yakin seorang desainer tidak hanya mau belajar desain/ perancangan saja tetapi juga akan muncul kesadaran baru untuk belajar pengelolaan sehingga hal ini dapat meningkatkan kualitas kemampuan desainer itu sendiri (sebagai perancang sekaligus pengelola). Pada saat DIY sesi diskusi tentang desain, manajemen, dan bisnis, yang banyak dibahas adalah isu-isu lapangan dan permasalahan praktikal yang terjadi. Sepertinya anda bisa mendapatkan rekaman diskusi tersebut dengan mudah, karena setahu saya panitia DIY sangat concern dalam pendokumentasian acara ini. Dan semoga tulisan saya ini dapat lebih melengkapi saja.

Terima kasih telah membaca, semoga ada manfaatnya.

# Bukannya Sok Menjadi Keren, Tapi Memang Keren

---

DIY *Think*

---

Benny Wicaksono

---

Keywords:

New media arts, Technology,  
Video, Interactive

---

**Bangsa yang lemah Seni Rupa-nya  
akan mendapat kesulitan untuk  
menghasilkan desain rupa yang  
memadukan Ilmu-Teknologi-Seni  
untuk memproduksi karya adiguna.  
-Primadi Tabrani-**

Bagi seorang perupa, persoalan memilih medium yang akan ditekuni adalah sesuatu yang penting bahkan sangat strategis dalam rangka memasuki wilayah kerja kreatifitas yang tak ada habisnya. Berbanding lurus dengan dipilihnya medium, perupa juga dituntut untuk mengembangkan teknik, konsep, gaya, bahasa ungkap dan lain sebagainya sebagai area untuk mengeksplorasi ide-ide menuju dihadirkannya simbol-simbol dan metafora dalam karyanya. Selain berbagai teknik dan gaya, di persoalan memilih medium inilah perupa juga sanggup memunculkan karakteristik yang khas tentang dirinya dan tentu saja di wilayah eksperimentasi medium inilah terlihat bagaimana perupa menjadi sosok pencipta dan petualang dalam mengolah dan merekonstruksi sedemikian rupa medium yang dianggapnya mewakili dalam proses berkeseniannya. Pertanyaannya adalah sejauh mana para perupa-perupa era sekarang ini dalam mengeksplorasi serta menjelajah medium berkeseniannya? Pertama-tama kita lihat pemahaman umum di masyarakat terutamanya masyarakat Indonesia, apa itu karya seni dalam bentuknya yang lahiriah? Sederhananya, pertanyaan ini melahirkan jawaban yang kurang lebih sama yaitu seni yang dilakukan diatas bidang datar (kanvas) yang lazim disebut lukisan. Atau untuk patung sebagai rujukan atas seni yang berbentuk tiga dimensi. Pemahaman ini sudah mendarah daging dalam kehidupan masyarakat kita. Diluar itu, karya seni dengan menggunakan medium lain akan menimbulkan banyak pertanyaan bahkan ke tidak mengerti. Sebagai contohnya seni video yang masih banyak diperdebatkan dan tidak dipahami oleh

sebagian masyarakat sebagai cabang seni yang baru dan progresif. Ini bisa dimaklumi karena di aspek kesejarahan seni rupa, masyarakat dunia ketiga masih saja harus menoleh ke wilayah Barat. Dalam seni rupa, medium dalam karya seni rupa adalah hal ikhwal material yang digunakan dalam mewujudkan karya seni, bisa jadi adalah hal yang berkenaan dengan material atau bahan, teknik dan alat. Dan karya seni yang lahiriah seperti lukisan dengan mudah dapat ditelusuri mediumnya dengan sedemikian rupa. Dalam karya seni visual dua dimensi (lukisan) material yang paling umum adalah cat, bisa jadi cat dengan material dasar air (cat air, cat akrilik, gouache dll) ataupun cat minyak. Material cat yang kita kenal sekarang ini tentu saja mempunyai sejarah yang panjang sampai seperti sekarang ini. Dari manusia pertama yang mulai menggambar binatang-binatang buruan mereka di dalam gua ribuan tahun yang lalu dengan menggunakan bubuk batu merah yang mereka temui, sampai kemudian abad ke-14 dimana Giotto seorang pelukis Italia dipercayai sebagai orang pertama yang berhasil menaklukkan wujud pejal 2 dimensi menjadi bentuk 3 dimensi yang hidup dan nyata (realis) (2). Sebuah prestasi dan kemampuan yang mengguncang peradaban pada zamannya. Dengan menggunakan material dan bahan cat yang sederhana pada waktu itu seperti warna hitam yang didapatkan dari abu pembakaran, warna putih dari menggerus sejenis batu kapur, warna biru dan kuning dari hasil tumbuhan tertentu dan perekat dari putih telur dan getah pohon. Seiring dengan ditemukannya material-material ini, di dalamnya juga terhampar pula medium seperti teknik dan alat. Dengan teknik

gelap terang (*chiaroscuro*) dan kuas dari bulu leher rubah Siberia, pelukis pada zaman itu berusaha mengejar realitas yang pada saat itu di identikkan dengan kepersisan. Dengan lukisan berkisar tentang Tuhan dan teologi Kristen pada zaman klasik inilah dipercayai sebagai kegemilangan seni lukis. Sejalan dengan zaman itu seni patung juga menorehkan kegemilangannya sendiri. Medium dari seni patung yaitu batu, dipahat dengan alat sedemikian rupa menjadi sosok-sosok yang abadi hingga sekarang ini. Nama-nama seperti Michael Angelo, Raphael, Leonardo Da Vinci, mengisi peradaban manusia dengan tinta emas. Antara 2-3 dekade berikutnya, ketika seni lukis menoleh kepada realitas yang lain seperti Impresionisme, Kubisme, Ekspresionisme, Surealisme, dan lain sebagainya, perupa juga berupaya untuk meluaskan mediumnya. Paralel dengan itu, medium cat minyak mengalami evolusi dari kelahiran pertamanya. Medium seni seperti cat minyak bisa didapatkan dengan mudah. Seniman tidak harus meracik sendiri bahan dan material dari cat minyak ini. Cat minyak dengan berbagai warna terkemas dalam wadahnya sedemikian rupa (*tube*). Inilah juga yang menjadi salah satu alasan lahirnya ekspresionisme dalam seni lukis. Seorang modernis sejati pertama seperti Vincent van Gogh menjadi kontroversial karena melukis dengan langsung memelototkan *tube* cat minyak langsung ke atas permukaan kanvas. Sebuah teknik yang sangat tidak lazim pada zamannya. Hal yang sama dilakukan juga oleh maestro Affandi yang masyur dengan lukisan-lukisan ekspresionisnya dengan karakter cat yang menggumpal hasil pelototan cat langsung diatas kanvas.

Dari kelahiran pertama-nya, cat minyak butuh beberapa dekade sampai seperti sekarang ini. Didalamnya terdapat aspek kesejarahan dan teknologi pengolahan yang tidak serta merta muncul begitu saja. Dari kandungan pigment warna sampai material bahan berubah seiring dengan perubahan zaman dan ditemukannya teknologi baru dibidang pengolahan. Lahirnya seni jalanan seperti Graffiti dan disusul kemudian kemunculan Stensil Art tak pelak lagi didukung penemuan cat yang dikemas sedemikian rupa dengan kaleng yang diinjeksi dengan gas aerosol yang bertekanan tinggi. Dengan sifatnya yang praktis dan instant sekaligus efisien cat semprot ini mudah dibawa kemana-mana untuk melakukan praktek seni di jalanan yang di-identikkan dengan kultur tandingan. Sifat dari cat semprot dalam kaleng yang instant, hasil dari produksi fabrikasi yang masal, tidak mempunyai masa daur hidup yang panjang (tidak kuat atau awet) menjadi dasar sekaligus karakter ke-segera-an dari seni jalanan itu sendiri. Inilah kemudian yang menyadarkan bahwa evolusi dari medium juga memberi aspek penting lahirnya kultur dan pendekatan serta gaya baru baru dalam mewujudkan karya seni. Seiring perkembangan zaman, perupa-perupa era sekarang ini juga melangkah sekaligus menjelajah jauh dalam mengeksplorasi medium yang ada disekitar mereka.

Medium baru, paradigma baru. Memasuki milenium baru, masyarakat dunia mengkawatirkan sebuah mimpi buruk. Mimpi yang mungkin menjadi kenyataan. Sebuah malapetaka global akibat dari kesalahan perhitungan komputer, sebuah 'millennium bug'.

Keadaan dimana komputer akan melakukan kesalahan perhitungan yang mengakibatkan kekacauan dalam sistem kendalinya. Kondisi kekacauan, seperti berantakannya kondisi perhitungan navigasi pesawat terbang, hilangnya data pada perbankan, bahkan komputer diprediksi akan meluncurkan sendiri rudal nuklir antar benua dikawatirkan umat manusia akan menjadi kenyataan seiring datangnya milenium baru. Meskipun kemudian hal itu tidak benar-benar terjadi, inilah pertama kalinya dalam sejarah manusia teknologi hasil ciptaan manusia seakan-akan menyerang balik penciptanya bak film sains fiksi. Teknologi komputer dalam kenyataannya tidak benar-benar presisi dan sempurna dalam setiap operasinya. Sebagai sebuah teknologi ciptaan manusia, manusia masih sangat berperan disitu. Meskipun kesalahan dari teknologi komputer ataupun manusia mungkin juga terjadi. Istilah 'bug' adalah salah satu bagaimana teknologi terutamanya komputer mempunyai problematikanya sendiri(3).

Abad ini dikenal juga sebagai abad informasi atau menurut Alvin Toffler sebagai Gelombang Ketiga. Suatu periode sejarah manusia dimana teknologi informasi dan transportasi mengalami kemajuan yang pesat yang nantinya mendorong masyarakat kearah yang disebut masyarakat informasi, satu yang menjadi ciri khasnya adalah deurbanisasi dan globalisasi. Gelombang ketiga ini adalah kelanjutan dari gelombang kedua yang dikesankan sebagai ciri masyarakat ekonomi yang rasional yang sangat percaya akan 'seleksi alam' atau survival of the fittest-nya Charles Darwin. Sedangkan gelombang

pertama adalah ciri tradisional yang dikesankan berintegrasinya manusia dengan alam. Gelombang ketiga inilah teknologi dan informasi bersama-sama hadir ditengah-tengah manusia sebagai hasil dari manusia percaya dan yakin akan kemampuan berpikir dan kreativitas budayanya. Evolusi ilmu pengetahuan yang ada dalam sejarah manusia memang teramat panjang, tetapi selalu menjadi ciri khasnya adalah teknologi hasil ciptaan manusia ini mempunyai dua sisi mata uang. Ciri khas yang mendorong kearah positif dan kebalikannya. Terutama setelah diketemukannya teknologi elektronik, banyak pengamat yang sudah menulis dan meramalkan bahwa raksasa budaya teknologi akan memangsa budaya-budaya lokal di seantero bumi. Bentuk ketegangan dan kemelut yang sering terjadi adalah akibat dari penetrasi media yang membombardir sedemikian rupa nilai-nilai tradisional dan masuknya nilai-nilai modern yang destruktif. Keragaman kultural telah didesak standarisasi kultural yang dihembuskan teknologi informasi di dalam bungkusnya yang paling mutakhir yaitu industrialisme.

Tegangan ini sedari dulu juga telah ada dan berlanjut ketika krisis representasi yang didengungkan oleh Walter Benjamin mengemuka. Bagi Benjamin, karya seni dalam zaman ini muncul dalam wujudnya yang baru diiringi oleh perubahan-perubahan radikal. Karya seni dipercayai mati akibat dari reproduksi mekanis. Reproduksi yang bersifat mekanis ini telah merusak struktur seni yang telah lama ada dan mengubah fondasi dasarnya, yaitu aura seni. Karena sifatnya yang dapat direproduksi secara tak terbatas, karya seni kehilangan daya magisnya. Bangkitnya karya seni hasil reproduksi

ini tak pelak lagi sejalan dengan bangkitnya budaya massa dimana sains, teknologi, dan industrialisme berperan juga disitu (4). Meskipun pada dasarnya seni tidak berbeda dengan sains, malahan dari aktifitas tertentu keduanya seakan-akan sama. Bedanya, didalam seni hasrat dan tindakan diekspresikan secara langsung sedangkan didalam sains hasrat diartikulasikan dalam tindakan-tindakan tertentu. Tegangan inilah yang senantiasa juga dimanfaatkan seniman dan saintis dalam memosisikan karya ciptanya. Pesimisme sekaligus optimisme datangnya sains dan teknologi ini tentu saja tidak luput dari pandangan kritis seorang seniman. Sebagai anggota masyarakat dan belajar kehidupan dari masyarakatnya, seniman senantiasa memainkan peran keberadaan dirinya yang bebas dari nilai-nilai yang dianut oleh masyarakatnya. Karena didalamnya seniman mungkin juga sebagai kritikus masyarakat, atau memberikan alternatif dari kehidupan masyarakatnya. Apalagi kedatangan era baru teknologi digital semakin mengukuhkan kedatangan medium baru yang masih 'murni'. Kehadiran medium baru ini tak lepas dari aspek kesejarahan yang panjang dan didalamnya penuh dengan gelora bahkan pertarungan dalam usaha merealisasikannya. Pengaruh teknologi ini juga dirasakan dengan adanya perubahan secara nyata dimasyarakatnya. Aspek-aspek inilah yang mendorong seniman senantiasa bersikap kritis dalam melihat teknologi dan pengaruhnya terhadap kebudayaan. Bayang-bayang medium baru Dalam dasawarsa terakhir kita ada dalam percepatan dan penemuan

teknologi baru. Sejak penemuan listrik yang dilanjutkan dengan penemuan berbagai alat elektronik, hal tersebut memberi perubahan mendasar juga terhadap manusia dan budayanya. Seringkali setiap munculnya teknologi baru diiringi oleh keterkejutan bahkan ketidakpercayaan. Seperti dalam sejarah diketemukannya telegraf dan telepon oleh Alexander Graham Bell. Ketika prototipe pertama dari saluran langsung suara jarak jauh ini di tunjukkan kepada kalayak ramai, banyak diantaranya yang tidak percaya bahkan ketakutan dengan suara-suara yang muncul pada alat tersebut (5). Perubahan besar memang terjadi dalam kebudayaan manusia ketika teknologi terutama teknologi yang lahir dari perpanjangan penemuan listrik. Diketemukannya IC (integrated circuit) semakin meyakinkan banyak orang bahwa mendistribusikan gambar dan suara akan menjadi kenyataan. Impian untuk membawa 'gambar hidup' di tengah-tengah kehidupan nyata adalah mimpi banyak orang pada waktu itu. Meskipun cinema telah diketemukan dan membawa realitas dari hasil membekukan peristiwa dan sanggup membawa realitas itu dalam wujud tontonan gambar bergerak, mimpi tentang distribusi gambar hidup melalui teknologi listrik dan gelombang radio tetap menjadi impian banyak orang. Dan usaha untuk mewujudkan mimpi tentang televisi ini terwujud pada tahun 1939, sebuah siaran yang hidup dan tentu saja masih menimbulkan keterkejutan dan keheranan masyarakat pada waktu itu. Meskipun pada dasarnya masyarakat pada waktu itu telah memimpikan dan menunggu-nunggu selama puluhan tahun sebuah siaran langsung yang membawa berita-berita tentang

olahraga, hiburan, dan pidato-pidato politik. Perkembangan televisi pada kenyataannya jauh lebih lama dari yang pernah dibayangkan orang pada saat ini. Usaha perintisan dan ciri-ciri perkembangannya bisa ditelusuri sampai ke tahun 1830-an dan pada penemuan-penemuan dan eksplorasi pada fotografi dan telegraf listrik yang lahir hampir bersamaan pada waktu itu. Selama hampir setengah abad kedua teknologi ini berkembang di jalurnya masing-masing. Seiring dengan mimpi untuk melahirkan 'teknologi siaran hidup' ini terus dicari para ilmuwan, lama kelamaan teknologi ini menjadi bertemu. Ketika kedua teknologi ini menjadi lebih murah dan melahirkan teknologi televisi, dengan cepat tersebar memasuki segala sendi kehidupan masyarakat dan pribadi. Ketika teknologi televisi ini telah menjadi bagian yang tak terelakan dan menjadi budaya baru yaitu budaya televisi (di Amerika, setiap keluarga yang mempunyai perabotan pasti mempunyai televisi) dan televisi adalah perpanjangan tangan korporasi-korporasi besar yang pragmatis maka muncul-lah budaya tanding atas budaya televisi ini. Apalagi pada saat itu mulai lahir teknologi perekaman yang murah dan praktis seperti kamera sony portapak yang mulai dijual bebas pada era tahun 60-an. Yang memberi kemungkinan publik untuk mempunyai kesadaran untuk memakai kamera video diluar pengaruh korporasi dan independen. Adalah Nam June Paik, seorang seniman Amerika kelahiran Korea yang memulai dan paling getol memakai medium televisi sebagai alat untuk mengkritisi atas budaya televisi itu sendiri. Dengan aksi spektakuler pada zamannya seperti mengintervensi

televisi dengan menempelkan magnet untuk menciptakan realitas visual yang baru, menumpuk dan mengkonstruksi sedemikian rupa televisi menjadi makna baru. Sebuah cara mengekspresikan perlawanan dalam seni sambil menyusup dalam media itu sendiri. Salah satu pakar media yang melihat pengaruh besar budaya media dari budaya elektronik adalah Marshall McLuhan. Dengan perspektifnya yang kontroversial berkenaan dengan teknologi dan kehidupan modern. McLuhan melihat gambar-gambar mozaik dari televisi sebagai antitesis terhadap zaman tipografik yang dia yakini bahwa media cetak menjauhkan manusia dari dunia dan dari sesamanya sementara media elektronik membuat saling tergantung dan menciptakan kembali dunia dalam 'perkampungan global'. Sebuah gambaran tentang dunia telekomunikasi yang menjadikan segenap dunia sebagai satu kesatuan. Inilah era dimana informasi menjadi hal utama. Era yang disebut-sebut sebagai era didepan era industrialisasi sehingga sering pula disebut sebagai era pasca industrial. Sifat kesegeraan dari medium elektronik dalam menyampaikan informasi apapun dengan kecepatan cahaya inilah yang menjadi dasar dari anggapan bahwa manusia kelak tidak dapat menghindarkan diri dari informasi yang membanjiri dunia. Dan implikasinya adalah bahwa sifat ketergantungan terhadap teknologi inilah yang kelak akan menjauhkan manusia dengan sesamanya. Kritik yang dilakukan oleh seniman pada zaman itu untuk melakukan koreksi terhadap budaya media terus mengemuka an relevan hingga saat ini. Terutama dalam seni video, yang dipercayai sebagai cikal bakal lahirnya seni

berbasis teknologi atau seni media baru (new media art). (6)

Mengkritik, sekaligus merayakan. Ketika teknologi televisi masuk ke Indonesia pada tahun 1962, masyarakat Indonesia dihadapkan pada realitas baru yaitu teknologi informasi. Televisi dipasang di berbagai tempat umum seperti halaman kantor kelurahan. Televisi datang pertama dengan mengimpor teknologi dari Jepang untuk menyiarkan kegiatan olahraga. Sebuah proyek prestisius pemerintah untuk mendukung Sea Games yang diadakan di Jakarta. Pada saatnya karena pengaruh politik dan kekuasaan, Televisi Republik Indonesia (TVRI) menjelma menjadi perpanjangan tangan rezim Soeharto yang berkuasa pada saat itu untuk memuluskan jargon-jargon politiknya. Meskipun pada akhirnya juga TVRI akan memberitakan dan mengulas kehancuran dan kebobrokan rezim tersebut. Kehadiran teknologi informasi di Indonesia tidak lepas dari tegangan-tegangan politik yang ada. Keruntuhan rezim Soeharto dipercaya juga karena teknologi dan akses internet yang dilakukan mahasiswa untuk saling berkoordinasi melakukan aksi bersama (7). Mereka melakukan koordinasi melalui jaringan internet dengan memanfaatkan 'warnet' yang tersebar di seantero kota-kota besar di Indonesia (Menariknya adalah populasi warnet banyak terletak disekitar kampus-kampus). Kesadaran memakai teknologi internet oleh mahasiswa ini tentu saja didorong oleh sifat dari teknologi ini yang cepat dan efisien. Sekaligus sebagai media baru yang independent dan mempunyai kekuatan demokratisasi dan jauh dari kontrol dan pengawasan pemerintah. Hal inilah yang mendorong bagaimana

dunia internet kemudian dimanfaatkan sebagai jejaring dalam menghimpun sekaligus memobilisasi massa pada saat itu. Teknologi informasi dan teknologi media pada dasarnya mempunyai dua kelompok pengguna atau konsumen. Menurut John Walker (dalam bukunya, Design history and the History of Design), dua kelompok pengguna yang umumnya dikenal dalam perspektif barat adalah 'consumer' (konsumen), kelompok yang membeli dan memakai suatu produk dengan sangat memperhatikan maknanya, konsumen jenis ini mau membeli apapun demi mengikuti trend dan mode yang selalu mempunyai masa daur ulangnya sendiri. Sedangkan kelompok kedua adalah 'user' (pemakai), kelompok yang membeli dan memakai suatu produk dengan melihat fungsi guna yang terpenting, kelompok jenis ini hanya mengkonsumsi dengan melihat aspek fungsinya saja. Pada kelompok konsumen terakhir inilah bagaimana teknologi elektronik dimanfaatkan sedemikian rupa dengan rasional dan mempunyai tujuan yang jelas. Kelompok yang sadar bahwa teknologi dan perangkat elektronik yang ada haruslah memberi kemaslahatan bagi manusia. Mereka lebih bersikap kritis dalam menanggapi datangnya teknologi dan perangkat elektronik baru. Berbeda dengan kelompok kedua, kelompok pertama lebih melihat simbol dan status sosial yang diusung dalam perangkat-perangkat elektronik. Di Indonesia, teknologi elektronik menjelma menjadi tuntutan gaya hidup masa kini dan menjadi standar yang tidak bisa ditawar lagi. Gaya hidup kekinian di identikkan dengan kekuatan mengkonsumsi barang-barang elektronik ini, bukan kekuatan

penguasaan pengetahuan yang ada didalamnya. Hasilnya kita bisa melihat hal-hal yang tidak rasional dalam prakteknya. Sebagai contohnya, (kejadian belum lama sebelum tulisan ini dibuat) sebuah vendor smartphone yang menjual dengan setengah harga produknya yang mengakibatkan antrian pembeli yang meluber dan tidak bisa dikendalikan lagi. Sempat terjadi kericuhan antara calon pembeli dengan polisi ketika membubarkan antrian dan acara tersebut. Wajah-wajah emosional yang ditunjukkan oleh orang-orang yang kecewa seperti menyiratkan kehilangan yang amat sangat dalam kehidupannya. Sebuah perilaku yang sama sekali tidak 'smart' ketika mereka mencoba memperoleh sebuah teknologi yang diklaim sebagai teknologi yang 'smart'. Ilustrasi diatas memperlihatkan fenomena menarik dari sebuah kelas sosial yang ingin mendongkrak status sosialnya lewat 'artefak' benda benda elektronik. Tidak bisa disangkal lagi bahwa kebutuhan manusia akan teknologi informasi yang memudahkan hidupnya memang tidak bisa dihindarkan. Sebagaimana yang kita ketahui, teknologi adalah hasil kreasi manusia yang menjadi bagian dari kehidupannya sehari hari sebagai makhluk yang mampu melepaskan diri dari ketergantungan terhadap insting atau dorongan dasar (basic drive). Dan teknologi informasi dan teknologi media yang terakumulasi dalam teknologi digital menyempurnakan itu semua. Didalam teknologi digital ini mimpi mimpi manusia akan kehadiran dan pelipatan waktu dan ruang serta realita kini-disini dan sekarang menemukan jalannya. Seperti yang dikatakan seorang pakar media baru Lev Manovich, manusia dalam era digital terikat semacam kontrak antara

dirinya dengan mesin atau individu dalam sebuah interaktivitas. Teknologi digital mewujudkan itu semua (8). Melihat dan mengamati fenomena fenomena yang muncul, seniman tentu saja tanggap terhadap lingkungan budaya maupun kenyataan faktual masyarakatnya. Seniman tentu saja bereaksi atas fenomena dan kejanggalan yang dirasakannya. Meskipun perbedaan pandangan dalam seni tetap ada dalam sejarah, dan ini tidak menentukan apakah tujuan seni untuk seni atau seni untuk masyarakat menjadi tujuan seniman itu sendiri. Yang jelas, seni itu bertujuan dan dengan demikian memiliki kegunaan bagi masyarakatnya. Dan pandangan ini semakin diperjelas dengan kehadiran seni media baru. Meskipun faktanya media baru adalah bukan seni rupa, meskipun ia adalah seni yang lahir dari perkembangan budaya visual dari teknologi informasi dan teknologi media dimana elemen interaktivitas, virtualitas dan imaterialitas berperan disitu. Seni media baru terbentuk dari persilangan pelbagai macam kecenderungan (9). Sebagai seni yang baru muncul dalam kesejarahan seni di Indonesia, seni media baru (new media art) mempunyai akar permasalahannya sendiri. Seperti dalam terminology dalam bahasa Indonesia 'new media' atau media baru melahirkan pertanyaannya sendiri, apanya yang baru? Apa itu media lama?. Tetapi segala pertanyaan ini menjadi lebur ketika melihat kenyataan bagaimana teknologi komunikasi dan informasi ini secara sadar dirayakan oleh berbagai tingkatan masyarakat di Indonesia. Lihat saja fenomena bagaimana jejaring sosial seperti FaceBook, Twitter dan blogspot menjamur di Indonesia sehingga menempatkan Indonesia

sebagai pemilik akun terbesar Facebook terbesar ke 2 didunia setelah Amerika. Perayaan ini bukan saja melahirkan kebanggaan dan optimisme tapi juga melahirkan persinggungan positif maupun negatif dalam kenyataan sosial. Aspek aspek teknologi yang dikuasai oleh pemodal sebagai produsen berbenturan dengan masyarakat karena kepentingannya masing-masing dan tegangan tegangan ini tidak dapat dimaknai secara sederhana. Negara, korporasi, dan masyarakat mempunyai kepentingannya masing-masing (lihat kasus blackberry di Indonesia). Dan benar adanya bahwa seniman media baru bekerja secara kreatif diantara dua kecenderungan dan dua kutub tegangan tadi. Karena di seni media baru-lah konsep techne menjadi jelas yaitu merupakan reinkarnasi dan revitalisasi dari paradigma seni dan teknologi. Apalagi dalam ideologi modernisme yang mengutamakan kebaruan, seni dan teknologi melebur dan saling melengkapi. Dan secara jelas dan singkat Krisna Murti menjawab pertanyaan tentang diskusi berkaitan seni media baru ini dan posisi senimannya, bahwa seniman media baru tidak berbeda dengan yang lain, artinya kalau orang lain mempunyai kemampuan mengakses teknologi informasi dan teknologi media, demikian juga seniman media. Yang membedakan adalah seniman media lebih 'beyond'(10). Keren khan?

- (1). Judul diatas adalah jawaban penulis atas seringnya pertanyaan tentang alasan kenapa memilih seni media baru (new media art) sebagai basis berkesenian sekaligus sebagai judul tulisan untuk DIY (designing yourself) yang diselenggarakan oleh perpustakaan c2o Surabaya.
- (2). Frederick Hartt. (Art: A History of Painting, Sculpture, Architecture) Prentice Hall, 1992
- (3). Istilah ini muncul ketika perangkat komputer memang mengalami masalah karena keberadaan serangga (bug). Komputer pada masa awal adalah seperangkat mesin dengan ukuran raksasa, tercatat komputer pertama berukuran hampir 33 meter dengan tinggi 3 meter lebih dan beratnya hampir 30 ton. Mesin yang masih mengandalkan perhitungan manual dengan memanfaatkan ribuan kartu yang di-plong. Adalah Grace Hopper seorang ilmuwan komputer yang pertama kali mendokumentasikan adanya gangguan ngengat atau serangga (bug) yang terjepit relay dari mesin komputer generasi awal. Sejak saat itu istilah 'bug' dipakai oleh para insinyur dan ilmuwan komputer untuk menyebut gangguan atau masalah yang ditemukan dalam sistem.
- (4). Greg Soetomo, Krisis seni, krisis kesadaran, Kanisius 2003, hlm 18-19
- (5). Roger Fidler, Mediamorfosis: memahami media baru, Bentang 2003
- (6). Lihat tulisan, Ronny Agustinus, Video: Not All Correct., OK Video Post event catalog, 2004
- (7). Lihat artikel, Roundtable on New Media Art in South and Southeast Asia, Amanda Mc Donald Crowley, Art Asia Pacific, Juli/Agustus 2009
- (8). Lihat tulisan Krisna Murti, Budaya Media Baru, Esai tentang seni video dan media baru, IVAA 2009
- (9). Krisna Murti, Esai tentang seni video dan media baru, IVAA 2009, hal 52
- (10). Diskusi seni media ini diselenggarakan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Direktorat Jenderal Nilai Budaya, Seni dan Film Direktorat Kesenian yang dilaksanakan di Taman Budaya Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam rangka Pameran Seni Media-menggagas kekinian Indonesia dalam seni media (Juni 2011). Penulis diundang sebagai seniman undangan dalam acara tersebut.

# BRAngerous

---

DIY *Think*

---

Luri, Nita, Dinar

---

Keywords:  
Women, Urban Arts,  
Exhibition, Community

---

**BRAngerous** adalah kelompok perempuan yang berkarya.

Berawal dari gabungan kata 'Brain Release Art' (BRA) dan Dangerous, akhirnya menjadi identitas komunitas perempuan ini. Nama **BRAngerous** mencerminkan dan membuktikan keinginan kaum perempuan untuk berani bicara dan bertindak dalam karya. **BRA ngerous** digagas pada tahun 2007 oleh beberapa mahasiswa perempuan DKV ITS- Maria Goretti à Maritjeei, Igna Adriani, Tantru Tantri, Jatu Mursito, Rizalina Yuni dan Dinar Amelia- yang sedikit àdiremekhani oleh rekan-rekan lelaki dan tidak memiliki kesempatan untuk membuktikan kemampuan mereka

Hingga pada tahun berikutnya, bekerja sama dengan pusat kebudayaan Perancis, mereka membuat pameran karya kolektif perdana. Dan sejak saat itu, namanya mulai melejit. Walaupun memiliki latar belakang pendidikan dan profesi yang beragam, mereka memiliki kesatuan visi dan misi, yaitu seni. Lebih dari 40 nama, mulai dari mahasiswa, pendidik, karyawan, praktisi seni serta beberapa nama besar seperti Nani Puspasari dan Maritjee yang sudah dikenal secara internasional tercatat sebagai anggota BRAngerous. Kenapa harus perempuan? Tak bisa dipungkiri lagi bahwa dunia perempuan selalu membawa ketertarikan tersendiri. Dan dengan menyatukan kaum wanita di seluruh aspek sosial akan memberikan warna tersendiri. Selain itu, belum banyak wadah untuk berkarya seni dan membuat pameran secara berkala, baik secara fisik maupun dunia maya. Kegiatan BRAngerous dari tahun 2008 sampai 2011 adalah sebagai berikut :

### **History**

Eksibisi perdana BRAngerous mendapatkan respon yang luar biasa.

Dengan jumlah peserta dan pengunjung yang diluar dugaan, serta publikasi media lokal, nasional bahkan internasional yang sangat apresiatif. Walaupun demikian, pameran tersebut juga mendapatkan kritik yang cukup pedas tentang eksploitasi Bra (pakaian dalam) yang dianggap kontroversif.

BRAngerous sempat vakum selama beberapa tahun, dikarenakan kesibukan dari masing-masing anggotanya serta regenerasi dari beberapa anggotanya. Namun, Tahun 2011 BRAngerous kembali menggebrak dengan mengadakan beberapa pameran, workshop serta undangan menjadi panelis dalam beberapa acara kreatif di Surabaya.

### **Perkembangan Brangerous**

Bangkitnya BRAngerous pun menghasilnya banyaknya anggota atau partisipan baru. Melalui facebook, twitter, blog, dan work of mouth, makin melambungkan nama BRAngerous, sehingga menarik banyak peminat seni bergabung.

BRAngerous membuat satu tema khusus melalui voting untuk tiap pamerannya. Hal ini menjadikan semua pameran BRAngerous selalu update. Setiap perkembangan terbaru, koordinasi, diskusi, sharing bahkan sampai persiapan pameran pun hanya dilakukan secara online via facebook dan milis group BRAngerous untuk mengantisipasi keterbatasan waktu diantara kesibukan anggotanya. Sebuah tantangan tersendiri untuk mencari kata mufakat dari begitu banyak anggota beserta keinginan masing-masing, namun itulah yang membuat BRAngerous tetap hidup dan tak pernah kehabisan ide.

Tidak seperti di Jogjakarta, Bandung dan Jakarta yang sangat apresiatif terhadap seni, BRAngerous berharap semoga dengan pameran kecil yang dilakukan secara konsisten dan persisten dapat menginspirasi pelaku dan peminat seni untuk berani berkarya.

# Dialektika Dalam Seni Urban

---

DIY *Think*

---

Obed Bima W.

---

Keywords:  
Urban art, Graffiti  
Street art, Community

---

**Seni urban erat kaitannya dengan faktor geografis, -yaitu kota- yang tidak hanya sebagai lanskap namun juga sebagai ruang terbuka yang memungkinkan berkelindannya dialog hingga dialektika warga kota. Heterogennya warga kota yang banyak dipengaruhi oleh faktor asal daerah mereka mengakibatkan kota memiliki karakteristik dan penanda budaya yang berbeda antar (katakanlah) kota besar. Jakarta tentu akan berbeda dengan Surabaya, begitu pula karakteristik Medan akan berbeda dengan Yogyakarta. Begitu seterusnya.**

Produk kesenian yang dihasilkan tentu saja lebih kompleks. Inilah yang kemudian akan membedakan dengan oposisi binernya yaitu desa. Desa cenderung homogen. "Kebudayaan" dalam desa lebih melihat benefit of culture untuk menghasilkan produk-produk kesenian. Transedental-nya desa mempengaruhi geliat kesenian dibandingkan kota. Tak bisa dipungkiri, seni urban lahir dari kondisi kota yang sangat kompleks mulai dari sosial, ekonomi, dan politik. Di kotalah infrastruktur serta fasilitas bagi berkembangnya seni urban yang ditunjang pula oleh kemudahan akses informasi yang memungkinkannya untuk berkomunikasi secara global.

Di samping faktor geografis, seni urban erat pula dengan kebudayaan massa dan industri budaya. Industrialisasi yang menghasilkan kebudayaan massa kemudian meruntuhkan pemikiran absolut yang ada dalam era modernisme itu. Kebenaran absolut terutama menyangkut kesenian yang dikotakkan dalam high art dan low art secara mengejutkan direduksi. Relativitas inilah yang kemudian memicu berkembangnya pemikiran secara terbuka terutama untuk menemukan nilai-nilai kebenarannya sendiri menyangkut kesenian. Kesenian kemudian tidak lagi dipandang objek yang dipajang di galeri dan museum, yang ditonton di ruang-ruang opera, maupun didengarkan dalam format klasik. Hal ini masih didukung lagi dengan sistem politik yang semakin terbuka. Perlawanan maupun sikap politik mewarnai kebudayaan massa di seluruh dunia. Latar belakang perubahan dunia inilah yang kemudian memicu tumbuhnya industri yang dikenal oleh masyarakat dan kemudian

melahirkan kebudayaan pop. Demikianlah, maka ada pula yang memaknai seni urban juga sebagai seni pop. Seni urban mulai berkembang bukan lagi desa dan kota, melainkan melibatkan negara dan dunia. Seni urban mewujudkan dalam karya-karya street art (graffiti, poster, wheat paste, dll), mural, clothing, komik, foto lomo, street dance, dan masih banyak lagi terutama karya-karya yang dihasilkan oleh komunitas urban.

### **Surabaya dalam Catatan**

Pada 1996-an hingga sekitar awal 2000-an, Surabaya diramaikan oleh komunitas anak muda yang menyukai tulis menulis dengan cara menerbitkan zine. Zine merupakan media alternatif yang dikelola secara independen untuk mengimbangi budaya arus utama serta merupakan media yang akrab dipakai oleh komunitas hardcore maupun punk. Pada tahun-tahun awal itu kondisi politik di Indonesia secara umum memanas di bawah era orde baru. Perlawanan politik kerap dilancarkan dengan cara menerbitkan tulisan yang berisi kritik sosial. Media fotokopi dianggap sebagai media yang efektif dan murah untuk menggugah kesadaran sosial saat itu. Di Surabaya sendiri mengutip arsip dari c2o library, sekitar tahun 1996 muncul zine namanya Subchaos yang bertahan hingga tahun 2001. Subchaos merupakan media alternatif yang diterbitkan dari scene punk/hardcore. Pada tahun 2000 ramai dimunculkan media-media alternatif serupa dari scene indie-pop seperti Pool Cat, Iki, kemudian Mellonzine. Dalam catatan saya, muncul pula The Appreciate, Tu7uh, dan Against! Ketiganya muncul dari komunitas kampus Petra. Berbeda dengan tiga nama awal yang

Cenderung lahir dari scene musik indie-pop, zine yang lahir dari kampus tersebut banyak memperbincangkan isu cultural studies. Kemunculan zine ini oleh c2o disebut sebagai gelombang kedua munculnya zine di Surabaya. Gelombang ketiga pergerakan zine di Surabaya ditandai dengan munculnya 11 zine yaitu Sometimes I Do Mind The Animals, coretmoret, Botol, Dumb, main(k)an, Kremi, Aligator, KHAAK, Tropical Rembulan, Helloworld, Sunshine, dan peluncuran Subchaos #9, Halimun #6, dan kurang Xajar #4. Ada pula Katalis, SAâI, Manazine, Seize, Ultrassafinah, dan JMAA. Empat nama terakhir tersebut dilahirkan dari kampus ITS yang berbasiskan media dakwah yang keberadaannya hingga tulisan ini dibuat masih terbit. Dalam dunia street art sekira tahun 2002, Surabaya masih "malu-malu kucing" dengan pergerakan komunitas graffitinya. Catatan saya, komunitas graffiti pada saat itu disemarakkan oleh anak-anak yang masih berstatuskan pelajar SMA. Yuck Fou dan Humble adalah dua nama komunitas yang sering disebut media massa seperti Jawa Pos pada tahun itu di Surabaya. Sambutan dari media pun beragam, mulai dari anggapan vandalisme hingga aliran seni baru. Pada 2004, Surabaya dikejutkan oleh graffiti yang menggunakan gaya baru yang pada saat itu asing dilihat bahkan dibuat oleh komunitas graffiti di Surabaya. Tag "AYO REK!" pada sebuah tembok di daerah Nginden seakan memicu atau menyindir pergerakan seni jalanan di Surabaya yang masih dingin-dingin saja sementara di kota lain telah demikian padatnya. Benar saja, ternyata graffiti tersebut dibuat oleh perupa internasional dari Jogja, Nano

Warsono ketika ia bertandang ke Surabaya. Di tahun berikutnya, muncul Monica Never Come (MNC) pada sekitar 2005-an menambah semarak dan riuhnya street art di Surabaya. Gejala semaraknya graffiti di Surabaya pun meningkatkan emosi Satuan Polisi Pamong Praja untuk menertibkan tembok-tembok kota yang dinilai oleh mereka sebagai tindakan pengrusakan. Belakangan malah komunitas itu sering muncul dengan memakai nama yang beragam. Seakan-akan semakin mereka ditekan justru semakin tumbuh. Komunitas yang belakangan hadir ikut menyemarakkan adalah Street Art Surabaya (SAS). Masih sejalan dengan seni rupa jalanan seperti graffiti tersebut, di tahun 2005 muncullah seni mural. Berbeda dengan graffiti yang lebih banyak mengeksplorasi tagging, maka seni mural adalah melukis dengan media tembok. Dalam sebuah event Gerakan Mural Kota, media massa pun menyambut dengan positif. Banyak tulisan yang diturunkan di media seperti Jawa Pos, Surya, Surabaya Post, maupun media portal internet yang menanggapi kehadiran mural di Surabaya. Termasuk blogger dari luar Surabaya yang ikut menikmati hadirnya mural di Surabaya yang kemudian menjadi inspirasi mereka untuk melakukan reportase sendiri. Muncul kemudian komunitas-komunitas seperti Tiada Ruang yang memfasilitasi beberapa komunitas lain yang ingin terlibat dalam gerakan tersebut. Nama komunitas itu pun tercatat aktif memfasilitasi mural bersama yang mulai direspon positif oleh pemerintah kota Surabaya pada saat itu. Tiada Ruang tercatat pernah diundang dalam Biennale Jogja IX tahun 2007 serta masuk dalam

Reportase mengenai seni mural di Majalah Seni Rupa “Visual Art” ketika majalah ini melakukan reportase di 3 kota yang dilanda mural, yaitu Jakarta, Yogyakarta, dan Surabaya di tahun 2008. Kini, komunitas mural semakin marak ditandai dengan kehadiran X-Go Warhol dengan Komunitas Bunuh Diri-nya, kemudian muncul pula Sembako, Arctic, dan masih banyak lagi yang lain. Komunitas-komunitas mural tersebut sangat massif dan responsif pada kondisi sosial politik. Sehingga tidak heran, jika ada isu sosial di televisi hari ini, besok malam di jalanan kota Surabaya isu itu sudah ditransfer dalam bentuk mural. Pada akhir tahun 2011 mereka membentuk Serikat Mural Surabaya (SMS) sebagai wadah bersama melakukan aksi mural di jalanan. Imbasnya, Surabaya pun tidak luput dari seni mural kota.

Komunitas komik juga tidak bisa dipandang remeh di Surabaya. Mulai dari event sejak tahun 2000 hingga sekarang aktif digelar. Hal ini belum termasuk tumbuhnya komunitas maupun individu komikus-komikus yang dilahirkan dari Surabaya. Dari catatan saya, Oret101 merupakan komunitas komik yang sering disebut pada tahun 2000-an itu. Komunitas yang didirikan oleh Abdoel Semute itu memiliki kiprah di berbagai event komik di Indonesia (Festival Komik dan Animasi Nasional, Pekan Komik Indonesia, dll). Berturut-turut muncul nama Broky, Yudis, Pak Waw, Is Yuniarto, Hangga Ganiadi, X-Go Warhol, Shienny Megawati, dan masih banyak lagi. Broky dkk baru saja menerbitkan buku komik berjudul 101 Hantu Nusantara di tahun 2011. Is Yuniarto bahkan menjadi komikus terlaris sekarang ini dengan Wind

Rider dan Garudayana-nya. Surabaya rupanya tidak kehabisan tenaga untuk melahirkan orang-orang hebat di bidang komik. Kehadiran komik biasanya juga diiringi oleh kemunculan animator-animator. Cak Ikin dan Pak Waw adalah beberapa nama diantaranya yang aktif dalam komunitas animasi di Surabaya.

Bagaimana dengan clothing line di Surabaya? Tercatat kini sudah puluhan clothing line begitu pula clothing store-nya. Urban Clothing Fest maupun KICK Fest (Indie Clothing Expo) adalah pembuktian betapa menjamurnya produk budaya berupa clothing di Surabaya. Ditambah lagi dengan makin banyaknya desainer fashion di Surabaya yang menyelenggarakan festival-festival fashion. Tentu saja hal demikian memicu bertumbuhnya kreativitas anak muda Surabaya di bidang pakaian. Bagaimana dengan wujud arsitektur kota? Di Surabaya ada DeMaYa (Desainer Muda Surabaya) yang ikut menghadirkan taman-taman kota dengan rancangan yang kata anak-anak muda itu sebagai gaya yang ngurban. Masih banyak lagi wujud seni urban di Surabaya yang jika dicatat dalam tulisan ini berderet-deret dan menghabiskan halaman. Saya kira ke depan Surabaya masih diramaikan oleh berbagai bentuk seni urban yang dimunculkan anak-anak muda. Benarlah kata Superman is Dead dalam lagunya, bahwa anak muda memiliki potensi yang “berbahaya”. Tidak ada yang akan menyangka apa yang akan terjadi di kemudian hari, sementara mereka masih muda dan berbahaya.

## **Paradoks-nya Seni Urban sebagai Industri Budaya**

Ada hal-hal yang patut dijadikan perhatian buat komunitas-komunitas seni urban di Surabaya sebagai bahan perenungan untuk melihat bahwa seni urban adalah “sebuah karya seni” yang biasanya sarat dengan nilai orisinal dan kreativitas. Pertumbuhan seni urban di Surabaya (juga di kota besar lainnya) kerap kali hanya sebatas euforia. Minimal untuk menunjukkan bahwa wilayahnya tidak tertinggal dengan wilayah lain. Tujuan demikian tentunya akan berdampak jangka pendek dan rawan untuk hilang. Seni urban sebagai sebuah dialektika hanya akan kemudian berupa paritas pemikiran. Tidak menutup kemungkinan pula seni urban malahan tidak ada dialektika. Apa yang sedang nge-tren di Inggris dengan kemudahan akses informasi digital, kita bisa membuatnya di Surabaya. Apa yang sedang menjadi tren di Australia, dalam hitungan waktu di Surabaya pun kita bisa mewujudkannya. Dampaknya, seperti kata Adorno dan Horkheimer, oleh karena industri, maka seni urban hanyalah menjadi perayaan buat keseragaman global. Tidak ada yang khas yang mampu menjadi penanda sebuah kota maupun negara. Adorno dan Horkheimer melontarkan gagasan mengenai “industri budaya” untuk menunjukkan bahwa kebudayaan kini saling berhubungan antara ekonomi politik dan produksi budaya yang dilakukan oleh korporat-korporat. Menurut Adorno dan Horkheimer, produk budaya adalah komoditas yang dihasilkan oleh industri budaya yang sepertinya demokratis, individualistis dan beragam, namun kenyataannya adalah otoriter, serba seragam dan sangat

terstandarisasikan. Sejalan dengan pemikiran Kopytoff, industri budaya akan mengubah formasi nilai guna kepada sesuatu yang diproduksi oleh sistem kapitalis, yaitu mendudukkan dan menggunakan konsumen sebagai suatu komoditas. Periklanan mendorong terjadinya promosi gaya hidup daripada mempromosikan suatu produk.

Adorno membedakan ide antara industri budaya dan budaya massa. Baginya budaya massa mengandaikan bahwa massa mempunyai tanggung jawab murni terhadap budaya yang mereka nikmati. Oleh karena itu, budaya didesain lewat kecenderungan-kecenderungan massa itu sendiri. Dengan melompat sedikit jauh dari para ahli budaya massa, Adorno melihat budaya massa merupakan suatu hal yang beban-bebannya dialamatkan kepada massa, dan yang membuat mereka siap menyongsongnya, dengan catatan massa tidak menyadari bahwa itu merupakan suatu beban.

Industri budaya mengambil sesuatu seperti buku, lukisan dan musik kemudian mengubahnya menjadi film, poster atau rekaman, hanya untuk mencari uang atau menghibur audien dengan membantu mereka melupakan persoalan sehari-hari. Akibatnya, buku, lukisan dan musik pada kenyataannya menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. Sama halnya dengan kemampuan untuk menentang dan nilai yang inheren dalam semua produk budaya, semuanya telah dilenyapkan. Melalui kajian industri budaya, maka argumen intinya adalah, bahwa media dan nilai budaya sering kali berada dalam posisi yang tidak seimbang.

Bukankah sekarang memang eranya globalisasi? Memang. Namun

fasilitas berkomunikasi secara global yang didapatkan sekarang ini bukan kemudian untuk sekadar upaya melakukan copy-paste tren yang sedang terjadi. Seni urban yang dalam sejarahnya justru sebagai wujud melakukan resisten terhadap apapun juga (ekonomi, politik, juga bahkan seni itu sendiri) menjadi tidak kelihatan bentuknya. Yang terjadi kemudian adalah keseragaman pola pikir dan miskin kreativitas. Jika Basquiat mampu memunculkan anti estetika melalui graffitinya, mengapa kita tidak mampu melakukan hal yang sama yang kemungkinan besar menjadi cibiran di awal? Di sinilah dialektika akan terjadi. Jika hal itu terjadi maka seni urban akan menemui bentuk barunya lagi. Surabaya pasti bisa memunculkan hal-hal baru sebagaimana lukisan-lukisan di bak truk yang sering melintasi jalanan kota. Bentuk ini merupakan hal baru ketika di Inggris dan Amerika Serikat ñ sebagai negaranya seni urban ñ tidak ditemui hal serupa. Seni urban tetap membutuhkan local genius meski tidak bisa menutup mata terhadap perkembangan seni urban di negara lain.

Arnold Hausser, 1982, *The Sociology of Art*, Chicago: The University of London, hal. 562.

FX Harsono, "Kebudayaan Massa yang Menghibur" dalam *Concept Magazine*, Edisi 19 tahun 2009.

Berdasarkan ingatan dan catatan media. Jadi harap maklum jika rentang waktu dan beberapa nama yang disebut tidak sesuai dengan yang terjadi atau mungkin juga akan terjadi kesalahan penulisan. Obed Bima Wicandra, "Street Art Menyapa Kota" dalam *Jawa Pos*, 5 Februari 2006.

M. Horkheimer dan T. W Adorno dalam Chris Barker, *Cultural Studies; Teori dan Praktek*. Terj. Nurhadi (Yogyakarta, 2005), Hal. 47.

Abdullah Sumrihadi, "Diam dan Mari Nikmati: Industri Budaya sebagai Arsitek Selera Massa", *Jurnal Global*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, 2007, hal. 3.

Adorno dalam Abdullah Sumrihadi, *ibid*, hal. 4.

Adorno dalam Keith Tester, *Immor(t)alitas Media*, terj. Abdullah Sumrahadi, (Yogyakarta, 2009), hal. 48.

# Pembentukan Surabaya Fashion Carnival

---

DIY *Think*

---

Felkiza Vinanda

---

Keywords:

Street Style, Local Product  
Fashion blog, Community

---

**"Kami tidak pernah menyangka sebelumnya.", adalah kalimat yang tidak asing lagi diucapkan sekelompok cewek baru lulus SMA, memulai sesuatu yang baru, membuat project untuk kota tempat tinggalnya, dan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Rasanya seperti dihadapkan dengan lampu spotlight diatas panggung; mewakili sebuah karakter bernama " Surabaya Fashion Carnival".**

Mei 2008, itulah saat pertama kami membangun Surabaya Fashion Carnival dari sebuah komputer rumah dan perbincangan via SMS di suatu hari. Kebetulan saat itu kami sedang bersantai, menikmati waktu lenggang setelah 3 tahun dijejali materi pendidikan formal di kota. Kami bilang itu cukup melelahkan, namun itulah yang membentuk pemikiran kami sehingga timbul sebuah ide, “Hey, lihat. Kota Helsinki sudah punya Hel-Looks, kota ... sudah punya ...., kota Jakarta pun sudah punya Jakarta Street Looks. Lalu apa untuk kota Surabaya? Yuk, bikin street style blog untuk kota kita!” Kira-kira begitulah celetukan saya di halaman pesan yang memuat 3 nomor handphone sekaligus. Tombol bergambar telepon hijau di handphone pun telah ditekan. Saya jadi senyum-senyum sendiri; tidak sabar menanti jawaban dari para penerima pesan.

Hari demi hari berlalu, saya merasa tambah bersemangat. Tiga orang penerima pesan tadi; Marsha Rizkiaputri (Mars), Reza Oktivia Hamenda (Echa), dan Putri Macan, kini telah menjadi partner saya dalam Surabaya Fashion Carnival. Sebuah blog project yang mempunyai mimpi untuk kota Surabaya, yaitu kota pahlawan ini tidak lagi dipandang sebelah mata dalam menyikapi perkembangan fashion di Indonesia (seperti situasi yang dihadapi Surabaya di masa lalu dan sekarang). Kami sangat berharap kota Surabaya ---dan masyarakatnya, tentunya--- dapat menjadi sumber inspirasi pergerakan fashion scene di negeri khatulistiwa ini. Maka itu, kami membangun media blog untuk mengarsipkan perkembangan fashion di kota Surabaya agar menjadi sumber informasi alternatif ketika orang mulai

bertanya, “Bagaimana perkembangan fashion di Surabaya?”. Kami pun sengaja memilih kalangan anak muda sebagai target pembaca Surabaya Fashion Carnival karena mereka adalah pelaku ‘pergerakan’ yang fresh, berani, dan inovatif; dimana kualitas tersebut sangatlah penting untuk mendukung adanya perubahan untuk image pergerakan fashion scene di kota Surabaya. Dalam kelanjutannya, Surabaya Fashion Carnival tidak hanya mengumpulkan data dan informasi tentang perkembangan fashion di Surabaya—seperti dengan meliput atau melakukan interview kepada para pelaku dalam infrastruktur fashion scene lokal (produsen, konsumen, distributor, akademisi) —lalu membawanya ke dunia online, tetapi juga mengadakan rangkaian kegiatan offline partisipatif atas nama fashion yang ditujukan untuk masyarakat Surabaya. Salah satunya adalah Locker Keeper, sebuah bazaar dengan sistem ‘menjual kembali’ pakaian secondhand yang digelar secara kolektif di sebuah area terbuka; seperti yang sekarang dikenal sebagai sebutan yard sale atau garage sale. Dengan adanya Locker Keeper tersebut, kami berharap masyarakat Surabaya dapat melihat fashion sebagai kebutuhan sandang pribadi yang (ternyata) dapat menghasilkan keuntungan finansial dan juga dapat mengumpulkan masyarakat Surabaya dari berbagai kalangan. Itulah yang kami harapkan kedepannya untuk kota Surabaya. Atas nama fashion, masyarakat Surabaya dapat berkumpul dan berinteraksi, lalu bersama melakukan sebuah gerakan inovatif yang nantinya akan meninggalkan jejak pada sejarah perkembangan fashion lokal, nasional, maupun internasional. Kami percaya

bahwa masyarakat kota Surabaya adalah para pribadi kreatif yang selalu membutuhkan wadah untuk berkembang. Demikianlah, kami persembahkan Surabaya Fashion Carnival untuk masyarakat Surabaya sebagai respon terhadap permasalahan lokal yang selama ini dihadapi, “Apakah ‘identitas’ perkembangan fashion kota Surabaya?”.

# Surabaya dalam Enam Keping Kata

---

*DIY Think*

---

Anas Hidayat

---

Keywords:  
Surabaya, Identitas Kota,  
Karakter Masyarakat

---

## #1 - Pinggiran

**Kotaku yang gagah  
Hanya bisa ketawa dan pesta  
Karena si miskin, si jompo dan residivis  
telah dilempar ke pulau rawa-rawa  
Tanpa kubur dan rumah sakit  
Mereka yang parah diisolir ke bukit  
Di sini hanya sediakan salon psikiatri**

...

**Ini lebih dahsyat dari perang dunia  
Bayangkan, parade jembel di aspal kota  
yang tertib, aman, cantik dan susila  
Tak bisa dibiarkan, ujar penguasa kota.  
Stop mereka!**

**(dari puisi Kotaku, karya Akhudiat)**

Puisi karya Akhudiat di atas memberi pandangan yang lebih realistis tentang Surabaya, sebuah puisi faktual yang menohok, bukan puisi salon yang katanya Rendra hanya bersyair tentang anggur dan rembulan (yang indah-indah saja, tidak peka dengan kenyataan sosial). Dalam pembangunan dan pengembangan sebuah kota, selalu ada pihak yang “kalah” dan “dikalahkan”, yang kemudian menjadi seperti “duri dalam daging” dalam proses kemajuan kota itu sendiri.

Masih terlihat jelas bahwa kota ini belum menjadi kota untuk semua orang, untuk semua kalangan. Hanya kalangan atas, segelintir kaum elit, yang bisa menikmati kota ini. Sementara kalangan bawah masih menjadi “penonton” saja. Bahkan, mereka sering dianggap sebagai “beban”, yang kemudian diisolasi, disingkirkan, dibuang dan dipinggirkan. Tak salah jika mereka disebut juga kaum pinggiran, karena letaknya memang di pinggir, sedikit lengah saja salah-salah sudah terlempar ke dasar jurang. Kota pada dasarnya harus dibangun dengan aturan/peraturan (juga undang-undang), namun aturan seringkali berpihak pada golongan yang kuat dan sarat kepentingan dari berbagai pihak. Kita tidak hanya memerlukan kota yang dibangun dengan aturan-aturan yang tegas, tetapi juga kota yang dibangun dengan hati, sekali lagi: dengan HATI. Bagaimana memanusiaikan manusia, menajamkan rasa, memupuk empati. Dalam hal ini, tidak perlu jauh-jauh mencari akar “hubungan manusia” dari tempat lain. Budaya Arek yang bisa dikatakan sebagai unsur budaya “asli” Surabaya, yang mengutamakan rasa setia kawan, blak-blakan, apa adanya (jujur, tak ada

yang ditutup-tutupi) bisa menjadi sumber budaya yang bagus. Budaya ini yang seharusnya bisa menjadi titik tolak kreatifitas humanis Surabaya. Kota yang lebih bersahabat dan hangat, yang antar warganya saling memper-HATI-an, saling memberi per-HATI-an. “Kota akan teratur jika dibangun dengan aturan-aturan. Tetapi tanpa hati, tak beda dengan seonggok peti mati raksasa”

## #2 - Pahlawan

Surabaya dikenal di seantero Indonesia sebagai Kota Pahlawan, sebagai pengingat akan keberanian arek-arek Suroboyo melawan pasukan Inggris yang diboncengi NICA pada Nopember 1945, tak kenal menyerah meski digempur dari darat, laut dan udara. Karena sudah terlalu sering diucapkan, sebutan Surabaya Kota Pahlawan ini lama-lama hanya menjadi jargon di mulut (tidak menembus ke hati, apalagi merasuk ke dalam jiwa). Ini sebuah kata yang terlalu sering diulang, lama-lama maknanya jadi habis-tandas, seperti tebu yang sudah diperas sari-patinya, hanya tinggal ampasnya saja. Atau seperti bunga yang sudah dihisap sari-madunya, kemudian layu dan kuyu. Jika anda melihat kota Surabaya secara lebih seksama, anda bisa bertanya dalam hati: Apa istimewanya? Apa yang menjadi andalan utamanya? Apa kelebihanannya? Kemudian coba bandingkan dengan kota-kota lain yang ada di Indonesia (atau di dunia), bukankah hampir sama saja? ya, hampir tak ada bedanya. Ada macet, ada banjir, ada pengemis, ada pendatang “haram”, ada banyak kejahatan, ada kecelakaan, ada penggusuran dan lain-lain. Ada

pula komunitas seni, komunitas hobi, ada car free day, ada mall dan plaza, deretan ruko-ruko, ada jalan-jalan baru, juga gedung-gedung pemerintahan. Jadi, apa bedanya?

Nah, kalau tidak ada bedanya, lalu mengapa kita bangga? mengapa kita mengagung-agungkannya? Sebuah kebanggaan yang secara logika membingungkan. Ya, kebanggaan yang musykil, yang absurd. Sisi kepahlawanan hanya menjadi ritual yang diperingati tiap 10 Nopember, tetapi sepertinya tidak pernah dikontekstualisasikan. Di mana pahlawan jaman kita? Sepertinya, jika ada pahlawan yang (akan) muncul, pasti akan dikeroyok oleh para “preman-preman” yang bergentayangan di kota kita. Tralala!  
“Ada penyair mengatakan bahwa pahlawan tak mati-mati, tetapi di sini pahlawan dibunuh berkali-kali dalam upacara-upacara megah”

### #3 - Lawan

Masih berkaitan dengan kepingan sebelumnya. Dalam kata “pahlawan”, ada kata “lawan”, ini yang barangkali juga menarik untuk dikupas. Surabaya menjadi kota yang sedang dilawan dan sekaligus juga sedang melawan. Dalam percarturan kota kreatif di Indonesia, posisi kita sebagai kota kreatif masih dipandang sebelah mata, cenderung dianggap “kreatif” belaka. Kita ini pinggiran. Kalau hanya diam saja dan tidak melawan, kita akan semakin minggir, lama-lama bisa kecemplung got. Oh My Got!

Ketika saya bertemu dengan seorang entrepreneur di Surabaya yang masih sempat “mengamati” kota ini, dia mengatakan bahwa Surabaya ini

merupakan kota yang tidak berkarakter (atau belum berkarakter?). Tidak punya kekuatan internal yang mampu diungkapkan sebagai ekspresi yang bermakna dan khas. Mau disebut kota bahari? Lautnya kok amburadul juga. Mau disebut kota budaya? Jelas keok lawan Jogja. Mau menjadi kota kreatif? Langkahi dulu mayat Bandung. Lha terus yok opo cak?

Kita memang punya kelemahan dalam pencarian karakter. Tidak beda dalam pendidikan atau dalam sepak bola. Kita berupaya membuat sintesis, tetapi yang ketemu hanyalah sintesis kebingungan. Sistem pendidikan kita bingung mau menurut Eropa atau Amerika. Juga sepakbola, bingung mau berkiblat ke Eropa atau Amerika Latin. Kota-kota kita, termasuk Surabaya, juga setali tiga uang. Masa depan Surabaya seakan-akan mau diletakkan di Jakarta, Singapura atau Hongkong? Yang namanya karakter itu tidak pernah datang dari luar dan tak bisa dipaksakan dari luar, tetapi muncul dari dalam, dan dibangun serta dikembangkan dari dalam. Itu yang mungkin belum sepenuhnya kita sadari. Jika dalam kitab suci Tuhan mengatakan bahwa Dia lebih dekat kepada kita daripada urat leher kita, maka rahasia Surabaya sebetulnya juga berada di urat leher kita, orang Surabaya. Kita terlalu berpandangan jauh, sampai biji salak di seberang samudera bisa kelihatan, tetapi raksasa di pelupuk mata yang bernama Surabaya tak terlihat. Aneh yo? “Hanya kota berkarakter yang bisa melawan. Jika tak punya itu, akan jadi pengekor saja sampai kiamat”

### #4 - Heterotopia

Setiap kota selalu memiliki utopia, sebuah cita-cita ideal yang dianggap akan membawa warga kota ke arah yang lebih baik. Utopia bisa berupa visi, bisa berupa tujuan yang biasanya dirumuskan oleh yang berwenang memerintah dan mengendalikan kota. Padahal, yang terjadi dalam konteks real adalah heterotopia(s), ada banyak macam mimpi tentang Surabaya. Surabaya bukan hanya satu ruang besar, tetapi ada banyak ruang besar-kecil yang arah dan orientasinya berbeda-beda.

Biarkan setiap warga kota menafsir kotanya sendiri. Jangan pernah didikte, apalagi diindoktrinasi. Kita masih terbiasa dengan kebijaksanaan top-down, dari atas ke bawah. Kita perlu mengembangkan kebijakan yang bottom-up, dari bawah ke atas, yang bersumber dari uneg-uneg rakyat jelata di kampung pinggiran, dari para sopir angkot atau tukang becak, atau dari PKL yang digusur dari sini ke sana, dari sana ke sini. Dengan demikian, kita akan punya banyak mimpi tentang kota, mulai yang bagus, yang aneh, yang gila sampai yang nggilani. Semua itu justru menjadi sebuah perayaan mimpi yang (mungkin) mencerahkan. Kota Surabaya bukan kota totalitarian, tetapi kota yang demokratis. Pemegang kekuasaan adalah rakyat, bukan walikota, bukan para camat. Rakyat adalah manusia, bukan robot yang bisa diarahkan ke mana mesti bergerak. Masa berangan-angan aja mesti dimobilisasi? Adakalanya perlu ada gebrakan: misalnya satu hari saja tukang becak boleh menjelajah ke seluruh kota, atau satu malam saja PKL boleh berjualan di mana saja. Atau kurikulum bahwa siswa SD harus mengunjungi kampung, dan harus tahu adat dan budaya kampung-kampung

itu.

“Jika sebuah kota hanya punya satu tujuan, kota itu tak layak untuk ditempati”

## #5 - AntiKreatif

Kreatifitas yang kita pelajari dari Barat justru membuat kita memiliki kreatifitas yang cenderung “seragam”, perlu sebuah perlawanan, misalnya dengan membuat sebuah AntiKreatifitas. Kita bisa belajar dari Humanisme, yang ternyata tidak bisa diseragamkan di seluruh dunia, lalu muncul AntiHumanisme. Dan justru AntiHumanisme itulah yang lebih humanis, yang lebih mewadahi derajat manusia yang memang nature-nya tak seragam dan tak mungkin diseragamkan.

Jika ada teori tentang otak kiri dan otak kanan, apakah kita harus percaya? Lalu ada teori mengoptimalkan otak tengah agar lebih kreatif, hmmm. Saya tak terlalu percaya semua itu, mungkin bisa saja kita membuat teori pembagian otak antara otak mapan (yang statis) dan otak pemberontak (yang aktif), atau otak kaku dan otak fleksibel. Jika semua percaya pembagian otak kiri dan otak kanan, selesailah kreatifitas. Saya lebih percaya bahwa otak kita ini terdiri dari tiga bagian: sepertiga cuilan dari otak Tuhan, sepertiga cuilan dari otak Malaikat, sepertiga lagi cuilan otak Iblis. Sehingga dalam diri kita selalu ada potensi menjadi pencipta, menjadi pengikut, dan menjadi pengkhianat, hahahaha.

Percuma saja kita belajar dari kaum kreatif Barat, tetapi lupa pada kekayaan kreatif sendiri, lupa pada AntiKreatifitas. Kita bisa belajar dari pemulung, dari tukang patri, dari

tukang tambal ban, tukang odong-odong dan lain-lain. Anda pasti sudah semakin jarang mendengar suara kencreng tukang patri yang biasanya menjadi langganan ibu-ibu yang pancinya bocor. Juga suara “mesin uap” penjual kue putu yang mendengung sepanjang jalan. Dan beberapa tahun lagi, suara kencreng patri dan dengung penjual putu mungkin akan musnah dari kota Surabaya ini, ke mana kita harus mencarinya? Jangan khawatir, suara itu sudah diabadikan di Museum Buni di Belanda sana. Lho? “Jangan bangga menjadi kreatif, itu hanya omong-kosong saja!”

## #6 - Manusia

Sekali lagi, Surabaya adalah sebuah kota yang terus tumbuh dan berkembang. Dan kota bukan hanya kumpulan gedung-gedung, rangkaian ruang demi ruang, deretan rumah-rumah, barisan mall dan plasa, kerumunan pasar modern. Kota adalah juga kumpulan manusia, yang punya jiwa, punya hati, punya rasa. Maka dalam membangun kota, bicaralah dengan jiwa, dengan hati dan dengan rasa juga. Jangan hanya karena ingin tampil rapi, lalu menyingkirkan manusia (seperti Hitler), jangan hanya karena ingin mendapat Adipura, lalu mengejar manusia (mirip Nero). Manusia itu punya telinga, mata dan hati, maka bicaralah dengan bahasa manusia, bukan bahasa bulldozer atau bahasa barisan Satpol PP.

Manusia memang bisa dipandang sebagai sebuah benda, tetapi sebuah benda tingkat keempat. Jadi, sebuah kota seperti Surabaya harus bisa menjadi tempat tinggal bagi benda tingkat keempat yang bernama manusia

ini. Ternyata hal itu bukanlah hal mudah. Selama ini, kota masih menjadi tempat bagi manusia yang diposisikan sebagai benda tingkat pertama hingga ketiga. Manusia masih dianggap sebagai perkakas yang bisa ditaruh di kotak perkakas (tingkat pertama: hanya sekedar ada), atau dianggap sebagai bunga yang ditanam di pot (tingkat kedua: hanya hidup dan tumbuh saja), atau seperti hewan yang dipelihara dalam kandang (tingkat ketiga: hidup, tumbuh dan memiliki naluri). Jika anda menengok ke bantaran sungai, ke pinggiran rel kereta api, ke sekitar pembuangan sampah, kita masih melihat manusia yang derajatnya masih dianggap sekedar perkakas, sebatang tumbuhan atau seekor hewan. Manusia tak hanya butuh tempat, tak hanya butuh makan, mereka juga butuh yang namanya martabat dan harga diri sebagai manusia, makhluk Tuhan yang katanya paling mulia. Jika mereka berkata “dijajah atau merdeka bagi kami ternyata sama saja! tetap tertindas tujuh turunan!”, lalu kota macam apa yang sedang kita tempati saat ini? “Kota itu kumpulan manusia, mereka harus diperlakukan sebagai manusia juga, yang bermartabat dan punya harga diri”

# Surabaya : Pentas Kota dalam Jagat Kampung

---

DIY *Think*

---

MADcahyo

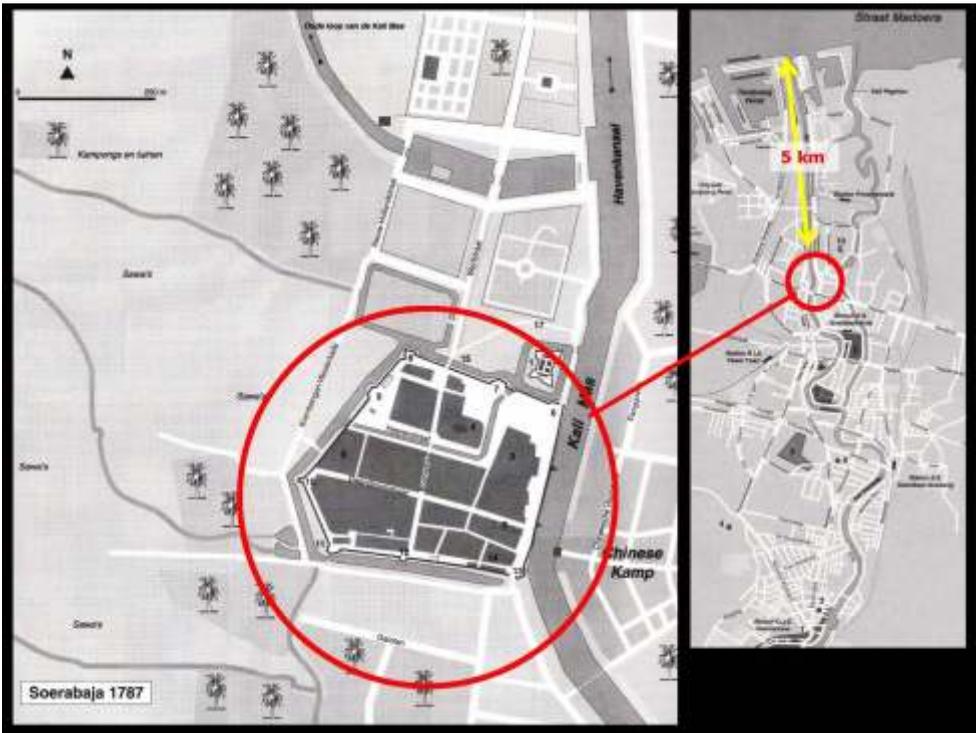
---

Keywords:  
Urban Planning, Kampung,  
Creative Hotspot, Connectivity

---

## Surabaya dalam peta

**Peta tertua Surabaya yang penulis miliki berangka tahun 1787 yang menggambarkan wilayah Jembatan Merah dan sekitarnya. Didalam peta tersebut tergambarkan Fort Kalimas, strategi klasik VOC ketika menduduki kota pelabuhan di sepanjang pantai Utara Jawa pertama-tama adalah mendirikan benteng yang berfungsi ganda sebagai gudang penyimpanan hasil pertanian di tepi sungai yang berhubungan langsung dengan pelabuhan. Letak yang sangat strategis tersebut menjamin keamanan bagi personelnya.**



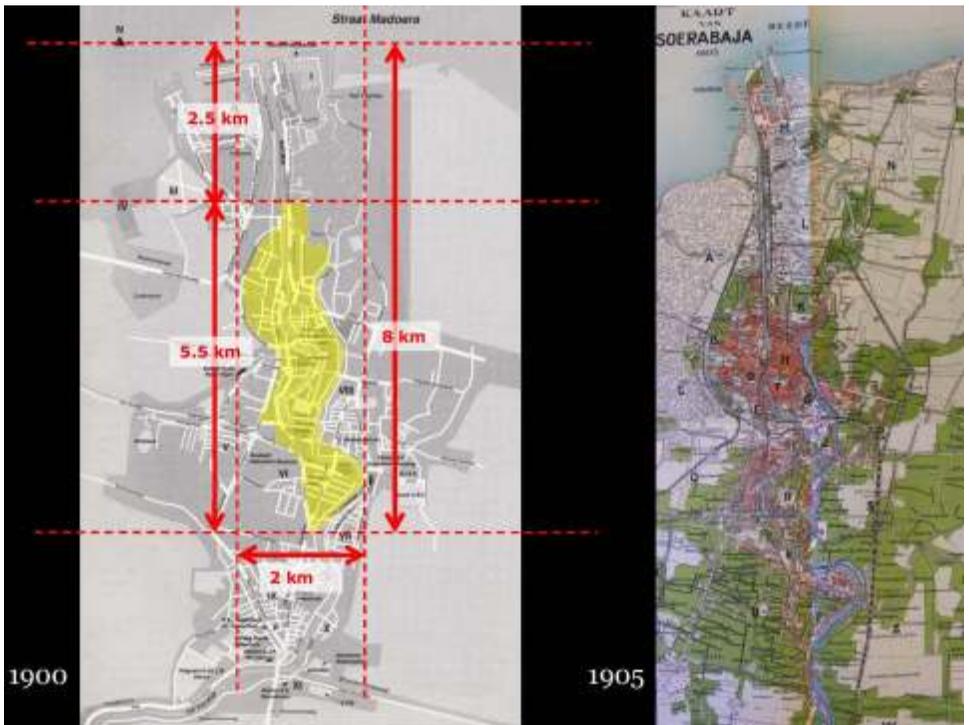
Letak yang sangat strategis tersebut menjamin keamanan bagi personelnya. Karena sungai tersebut disamping sebagai sumber air minum serta alat transportasi perdagangan yang menghubungkan pedalaman (penghasil komoditas perdagangan pertanian) dan daerah pelabuhan, juga bisa langsung dipakai untuk melarikan diri ke arah laut kalau situasi tidak aman atau membahayakan dirinya<sup>1)</sup> Posisi benteng Kali Mas tersebut sekitar 5 km dari muara Kali Mas, namun pada saat itu pelabuhananjung perak belum terbangun (baru tahun 1910 mulai dibangun) dan pelabuhan utamanya adalah di Kali Mas sekitar benteng tersebut. Barang dan hasil bumi yang akan diangkut dari dan ke muara Kali Mas diangkut melalui tongkang ke

muara untuk dialihkan ke kapal dan dikapalkan keluar Surabaya. Pada peta tahun 1865 tergambar Kota Surabaya yang dipagari dengan benteng pada pertengahan abad ke XIX sebagai usaha Belanda untuk menahan penyerbuan atas pasukan angkatan laut Inggris. Pada tahun 1870, benteng tersebut dibongkar karena sudah tidak sesuai lagi dengan strategi perang modern. Kemudian pada peta tahun 1897 bekas garis batas dinding benteng yang dirubuhkan menjadi jalur kereta api ke utara mendekati ke muara Kali Mas seiring dengan dirintisnya jalur kereta api Surabaya – Pasuruan – Malang pada tahun 1870 dan diresmikannya Stasiun Kota (Semut) Surabaya pada tahun 1878.



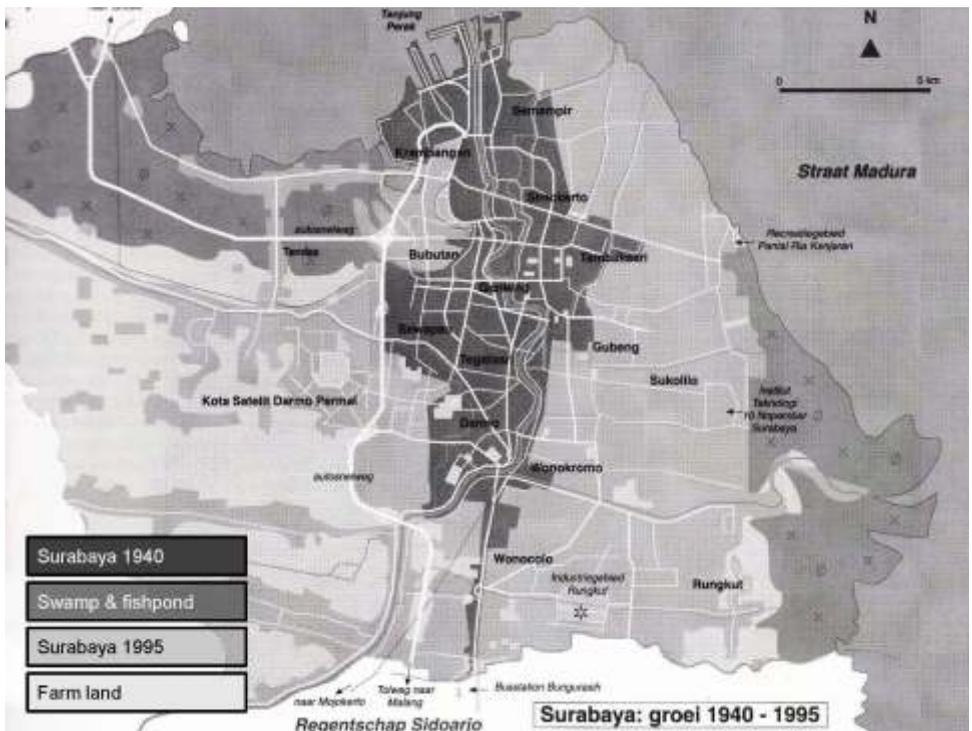
Pada peta tahun 1900 ditunjukkan daerah pusat kota (down town) Surabaya yang berukuran sekitar 2 km kerah barat-timur dan 5,5 km ke arah utara-selatan dan batas paling utara sekitar 2,5 km dari tepi laut. Pada peta tahun 1905 tergambar jalur kereta api, sebagai berikut :

- NIS (sampai stasiun Pasar Turi ke arah semarang/jalur utara-bersambung dengan SS di Stasiun Masjid/belakang Pasar Turi lama)
- SS (stasiun gubeng, stasiun semut, stasiun sidotopo sampai tanjung perak)
- Trem listrik (Wonokro...mo-darmo-simpang-embong malang-sawahan)
- Trem listrik (Wonokromo-darmo-simpang-tunjungan gemblongan / kramat gantung-kebonrojo-willemsplein/JMP-berakhir di tanjung perak)
- Trem listrik (jl.sulawesi-stasiun gubeng-simpang-embong malang-sawahan)
- Trem Uap (Wonokromo-Diponegoro-Pasar kembang-Arjuno-bersilang di perempatan jl. tidar-jl. semarang-pasar turi baru-belakang PMK-2 x bersilang di depan kantor pos besar-stasiun semut lama-jl.waspada/pasar Atum-kali pegirian sisi barat-mas mansyur-benteng-berakhir di ujung)



Pada tahun 1910 dimulai pembangunan Pelabuhan Tanjung Perak oleh Belanda, sehingga memindahkan pusat pelabuhan dari Kali Mas dekat Jembatan Merah ke muara Kali Mas di Selat Madura. Pada tahun 1940 ukuran Kota Surabaya berukuran sekitar 7,5 km ke arah barat-timur dan 11,5 km ke arah utara-selatan. Peta tahun 1995 dan 2011 menunjukkan ukuran Kota Surabaya semakin melebar ke arah barat-timur. Bila dicermati pola perkembangan Kota Surabaya selama sekitar 150 tahun terakhir, yang dimulai oleh VOC, maka pola Kota Surabaya hari ini masih sangat kuat koneksitas sumbu utara-selatanya, yang berupa jaringan jalur kereta api dan jalan kendaraan bermotornya.

Produksi pertanian di Jawa terutama ditujukan kepada pasar dunia. Produksi perkebunan (terutama gula, kopi dan tembakau) memperoleh bentuk baru sebagai sentra produksi, distribusi dan perdagangan, yang diatur dalam sistem perkotaan. Di dalam rangka ini masing-masing kota memberikan sumbangannya sendiri didalam produksi ekspor kolonial. Jaman Cultuurstelsel (1825-1870), serta dibuatnya jalan kereta api di Jawa untuk menunjang transportasi pada waktu yang bersamaan ikut merubah tata ruang kota-kota di Jawa termasuk juga Surabaya. Sebagai rangkaian terakhir dari jaringan produksi dan distribusi atas hasil perkebunan di pedalaman serta ujung Timur Jawa, Surabaya menjadi kota pelabuhan yang



terpenting di Jawa Timur. Jadi, Kota Surabaya dirancang oleh pihak kolonial sebagai ‘Kota Distribusi’ hasil bumi dari hinterland untuk diekspor keluar Surabaya dengan jaringan jalur kereta api dan pelabuhan lautnya. Perlakuan sebagai Kota Distribusi hasil bumi menempatkan manusia sebagai faktor akibat dari pendistribusian hasil bumi tersebut, bukan sebagai faktor tujuan. Sehingga sebenarnya Kota Surabaya oleh penjajah Belanda dirancang bukan untuk manusia (pribumi) nya, tetapi sebagai bagian dari politik eksploitasi sumber daya alam dan manusia tanah jajahan oleh sang penjajah. Hingga hari ini, Surabaya masih belum mampu menghubungkan secara integral bagian timur-baratnya dengan baik, sementara

### **Pusat Kota Surabaya**

Bila mencermati table data statistik jumlah penduduk pada tiap kecamatan di Surabaya maka akan tertampilkan beberapa kecamatan yang justru mengalami pertumbuhan penduduk minus, atau mengalami penurunan jumlah penduduk. Sementara secara paradoks jumlah penduduk Kota Surabaya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Bila dicermati lagi kecamatan-kecamatan yang mengalami pertumbuhan penduduk minus adalah kecamatan-kecamatan yang terletak dipusat kota, secara paradoks pula kecamatan-kecamatan yang mengalami pertumbuhan jumlah penduduk adalah kecamatan yang tidak berada di pusat kota. Mengapa hal ini terjadi? Salah satu

Tabel : 03.01.05 Persentase Pertumbuhan Penduduk Per Kecamatan Hasil Sensus Penduduk 1980, 1990 dan 2000  
Percentage of Population Growth by Sub District  
Taken from Population Census 1980, 1990 and 2000

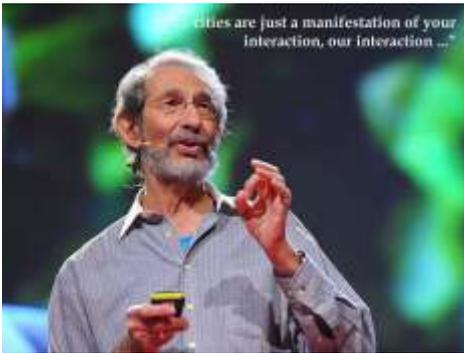
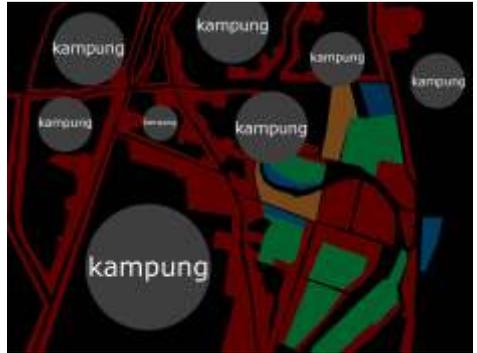
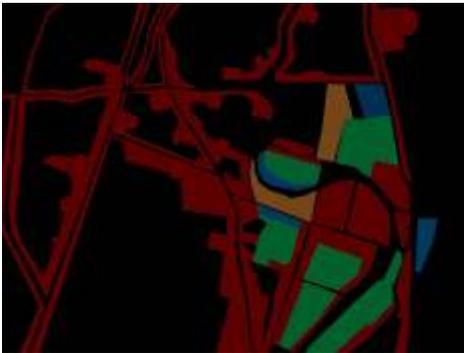
Kecamatan/Sub District	Penduduk/Population			% Pertumbuhan/ Growth (%)	
	1980	1990	2000	1980-1990	1990-2000
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
01. Surabaya Pusat	129.470	117.817	91.461	-4,84	-2,28
02. Gubeng	89.534	73.878	54.975	-1,82	-2,00
03. Dukuhturi	122.802	109.714	87.863	-1,17	-2,15
04. Sambutan	112.473	98.187	83.380	-1,36	-1,28
05. Surabaya Utara	181.711	88.456	72.744	-3,39	-1,50
06. Sidotopo	163.131	166.496	154.423	0,27	-0,75
07. Kenjeran	123.511	179.225	118.596	0,51	-0,80
08. Kalimasri	43.709	88.354	133.827	1,58	4,37
09. Sukolilo	-	-	-	-	-
10. Surabaya Timur	163.588	388.222	188.886	1,41	0,88
11. Tambora	164.087	296.428	132.686	-0,29	-1,61
12. Bangil	58.486	173.993	112.386	1,84	3,26
13. Jenggala Majaya	-	-	79.134	-	-
14. Gunung Anyar	-	-	181.225	-	-
15. Sukoharjo	58.821	148.118	181.225	0,67	3,27
16. Mulyorejo	-	-	85.293	-	-
17. Sateles	183.603	208.609	188.766	0,15	-1,00
18. Mlandan	171.843	175.421	166.872	-0,02	-1,53
19. Kambingan	81.677	140.045	112.386	3,54	2,67
20. Dukuh Paksi	-	-	57.244	-	-
21. Wiyung	-	-	57.280	-	-
22. Wonomas	86.234	140.614	81.060	5,01	1,35
23. Grogol	-	-	78.827	-	-
24. Jambangan	-	-	19.234	-	-
25. Surabaya Barat	91.799	156.119	62.459	1,88	1,85
26. Sukorejo	-	-	187.514	-	-
27. Anzolowo	-	-	35.927	-	-
28. Benurejo	23.137	32.896	67.656	4,51	6,42
29. Paksi	-	-	78.827	-	-
30. Laksmasari	31.540	171.994	78.134	6,11	3,21
31. Sukoharjo	-	-	-	-	-
<b>Jumlah/Total</b>	<b>2.017.527</b>	<b>2.473.272</b>	<b>2.599.796</b>	<b>2,86</b>	<b>6,58</b>

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Surabaya  
Sumber : Surabaya City General Board of Statistics  
Keterangan : (-) Kecamatan tersebut masih bergabung dengan induknya  
Arah : (-) Aglomerasi sub district to area combined with main sub district



penyebabnya adalah kampung di tengah kota telah berubah tata guna lahannya, salah satu contohnya : Kampung Kaliasin (Kecamatan Genteng) telah hilang menjadi pusat perbelanjaan, artinya yang sebelumnya area permukiman telah berubah menjadi area perdagangan. Penyebab lainnya adalah penduduk kampung kota mulai generasi kedua dan seterusnya dalam sebuah keluarganya tidak lagi tinggal di kampung kota tersebut dan tinggal perumahan yang tersebar dipinggir kota hingga di sub urbannya.

**Kampung dan Surabaya**  
Bila kita coba simulasikan tata guna lahan pada pusat Kota Surabaya, maka yang tergambarkan adalah bahwa kuantitas kampung kota menjadi dominan. Dominasi ini menunjukkan peranan penting kampung kota di Surabaya yang menggerakkan Kota Surabaya (kampung that generate the city)



Dari simulasi diatas tergambar bahwa Surabaya adalah jaringan kampung yang meraksasa. Jaringan-jaringan kampung kota inilah yang sangat membentuk karakter manusia Surabaya dan hubungan antar sesamanya. Karena sesungguhnya bila kita berbicara tentang kota maka kota adalah tentang manusianya, seperti halnya kutipan dari Geoffrey West, “ .....cities are just a manifestation of your interaction, our interaction ...”. Arsitektur, bangunan, infrastruktur, sarana dan prasarana, jalan, taman, rumah sakit, pasar, mal dan lain-lain adalah “sekedar” manifestasi dari hubungan antar manusia kota tersebut.

Salah satu contoh bukti lain dari peranan penting kampung terhadap Surabaya, adalah sederet penghargaan internasional yang disematkan kepada Surabaya pada dekade 80-90an adalah dari kampung-kampungnya, sebagaimana berikut :

- 1983 Kampung Pandegiling terpilih sebagai satu diantara lima kasus menarik (lainnya, yaitu: Berlin Barat, Banjul, Salvador dan Aleppo) dalam pameran dunia Living in Cities oleh IBA Berlin-Jerman, dibukukan dan diterbitkan dengan judul Living in Cities.
- 1984 Kampung Donorejo-Donokerto mewakili Indonesia dalam buku Tipologi Permukiman Khas di Asia Pasifik oleh UNESCAP.1986 Kampung Kebalen meraih penghargaan The Aga Khan Award for Architecture, hasil-hasilnya dibukukan dan diterbitkan dengan judul Space for Freedom; The Search for Architectural Excellence in Muslim Society.
- 1987 Kampung Banyu Urip terpilih dalam 20 kasus yang ditampilkan (dari 250 kasus nominasi yang dihimpun dan diteliti dari seluruh dunia) dalam pameran akbar Habitat Forum Berlin saat menutup “Tahun Papan bagi Tunawisma” (IYSH), dibukukan dan diterbitkan dengan judul Building Community.1988 Kota Surabaya mendapat penghargaan Japan Housing Associations-IYSH Matsushita Award.
- 1990 Kota Surabaya mendapat penghargaan The UNEP Award.
- 1992 Kota Surabaya mendapat penghargaan UNCED Local Government Honour Programme.
- 1992 Kota Surabaya mendapat penghargaan The World Habitat Award.



## Diskursus Kota -Kampung

Tema kampung kota dalam diskursus kota adalah sebagai suatu entitas yang diakui keberadaannya, namun selalu menjadi tema yang marjinal. Tema-tema utama kota sebagian besar bukan tentang kampung kota, misalnya ; taman kota, kemacetan, super blok, mal, transportasi, jalan tol dan lain-lain.Namun dalam kasus Surabaya, bila dicermati dalam kehidupan warga kampung kotanya yang mendiami sebagian wilayah Surabaya, maka justru diskursus kampung kota yang menjadi tema utamanya sementara tema kota yang menjadi marjinalnya.Tema ‘kota’ dan ‘kampung’ seharusnya merupakan suatu diskursus yang co-existence, yang saling membutuhkan dan melengkapi, yang akan membentuk keseimbangan dan keberlanjutan Surabaya.

## **Konsep Kota Kreatif**

Kota kreatif adalah sebuah konsep yang dikembangkan oleh Charles Landry pada akhir 1980-an dan semenjak itu telah menjadi gerakan global yang mencerminkan paradigma baru untuk perencanaan kota. Dan konsep inipun akhirnya bergaung juga ke Indonesia dan bergaung juga ke Surabaya. Bagaimanakah Surabaya dalam kaitannya dengan konsep Kota Kreatif ini? Kota Kreatif ketika diperkenalkan dilihat sebagai aspirasi, sebuah panggilan lantang untuk mendorong keterbukaan pikiran dan imajinasi menyiratkan dampak yang dramatis pada budaya organisasi. Filosofinya adalah bahwa selalu ada potensi lebih kreatif di suatu tempat. Pendapatnya adalah bahwa kondisi harus diciptakan bagi orang-orang untuk berpikir, merencanakan dan bertindak dengan imajinasi dalam memanfaatkan peluang atau mengatasi permasalahan perkotaan yang tampak sulit. Ini mungkin berkisar dari menangani tunawisma, untuk menciptakan kekayaan atau meningkatkan lingkungan visual. Asumsi adalah bahwa orang-orang biasa dapat membuat yang luar biasa terjadi jika diberi kesempatan. Kreativitas dianggap sebagai imajinasi yang diterapkan. Di Kota Kreatif tidak hanya seniman dan mereka yang terlibat dalam ekonomi kreatif yang kreatif, meskipun mereka memainkan peran penting. Kreativitas dapat berasal dari berbagai sumber termasuk siapa saja yang membahas masalah-masalah dalam suatu cara yang inventif baik itu pekerja sosial, orang bisnis, ilmuwan atau pelayan publik. Hal ini memerlukan infrastruktur di luar “perangkat keras” - bangunan, jalan atau limbah. Infrastruktur kreatif

adalah kombinasi dari “keras” dan “lembut”. Yang terakhir ini mencakup pola pikir kota, bagaimana pendekatan peluang dan masalah; atmosfer dan insentif dan rezim peraturan. Untuk menjadi kota kreatif infrastruktur lunak mencakup: tenaga kerja yang sangat terampil dan fleksibel; pemikir yang dinamis, pencipta dan pelaksana. Kreativitas tidak hanya tentang memiliki ide-ide, tetapi juga kemampuan untuk menerapkannya. Kota Kreatif mengidentifikasi, memelihara, menarik dan mempertahankan bakat sehingga mampu memobilisasi ide-ide, bakat dan organisasi kreatif. Lingkungan binaan - tahap dan pengaturan - sangat penting untuk membangun lingkungan itu. Sebuah lingkungan yang kreatif adalah tempat yang berisi persyaratan yang diperlukan dalam hal infrastruktur keras dan lunak untuk menghasilkan aliran ide-ide dan penemuan. Lingkungan dapat menjadi sebuah bangunan, jalan daerah, kota atau daerah.





---

# DIY *ACTIVITIES*

---

*Other Sessions*

---



# DIY IDEAS : The Market of Ideas

**Salah satu problem kreatif di Surabaya adalah tidak adanya koneksi antar masing-masing komunitas kreatif. Bila diamati lebih jeli, energi kreatif di Surabaya sebetulnya sangat besar, namun terdapat garis demarkasi yang tegas, dan setiap komunitas bergerak ke arah minat dan visinya masing-masing. Padahal syarat utama untuk menjadi kota kreatif adalah keterhubungan. Dimana terjadi persilangan gagasan dan kolaborasi yang terjadi antar komunitas.**

Ayos Purwoaji

Malam terakhir rangkaian acara Design It Yourself, kami mengadakan DIY Ideas. Acara ini bisa jadi semacam TED Talks atau Pecha Kucha, setiap pembicara mewakili organisasi atau individu yang memiliki gagasan kreatif dipersilakan untuk melontarkan gagasan dan mimpinya. Ada Surabaya Tempo Doeloe (STD) mengawali acara. Diwakili oleh tiga orang adminnya, Firman, Niki, dan Ajeng mereka menjelaskan visi Surabaya Tempo Doeloe sebagai komunitas peminat sejarah Surabaya. “Kami fokus membahas Surabaya, di luar itu tidak,” kata Firman. Komunitas ini menjadi jembatan bagi masyarakat awam dan generasi muda untuk mengetahui sejarah kota. “Kami bongkar sejarah agar menjadi aktual dan mengasyikkan. Sehingga minat masyarakat terhadap akan timbul,” lanjut Niki. Surabaya Tempo Doeloe bersifat terbuka dengan keanggotaan yang tidak hanya berasal dari Surabaya saja, tapi juga dari luar negeri.

Kegiatan Surabaya Tempo Doeloe memanfaatkan Facebook sebagai ruang gerak mereka. “Biasanya kami melempar sebuah topik untuk dibahas bersama, kami pun berupaya mengumpulkan remah sejarah dalam arsip digital yang bisa diakses banyak orang,” kata Niki. Surabaya Tempo Doeloe pun melakukan kegiatan pendataan cagar budaya terhadap berbagai gedung tua di Surabaya dan tur sejarah bagi anak sekolah.

Selanjutnya ada Dimas yang membawa gagasan tentang Kolom Kota. Sebuah ide imajiner yang belum terwujud. Dimas, seorang mahasiswa Jurusan Tata Kota ITS, memimpikan sebuah komunitas yang fokus membahas

Surabaya dan perkembangannya. “Berbeda dengan Surabaya Tempo Doeloe, kami justru membedah kota dalam perspektif yang lebih kontemporer,” kata Dimas. Komunitas ini membahas kota dari sudut kuliner, sosekbud, ruang bersama, transportasi, hingga urban studies. Tiap pekan Kolom Kota akan menyambangi sebuah sudut kota lalu melakukan dokumentasi dan diskusi. Bisa jadi ini semacam Ruang Jakarta yang digagas pakar perkotaan, Marco Kusumawijaya dengan konsep urban knowledge dynamic. “Semoga komunitas ini meningkatkan rasa cinta terhadap kota yang kita tinggali ini,” harap Dimas menutup presentasinya.

Lukman dan Ayes segera mengambil alih layar presentasi dengan paparan visi Hifatlobrain Travel Institute. “Kami fokus pada pengembangan dokumentasi catatan perjalanan. Jika selama ini traveling diabadikan dengan tulisan dan foto, kami juga ingin mengembangkan video dan ilustrasi kedepannya,” kata Ayes. “Misi kita adalah documenting Indonesia, titik. Kami ingin mendokumentasikan kekayaan alam dan budaya di Indonesia,” kata Lukman. Pada bulan Desember 2011 Hifatlobrain Travel Institute bekerjasama dengan c2o Library mengadakan Traveler in Residence, sebuah artist residency yang mengundang seorang traveler untuk tinggal selama sebulan di Surabaya.

Komunitas desainer cantik, BRAngeRous, diwakili oleh Tantru menjadi presentator berikutnya. “Kami terbentuk dari kampus, mayoritas anggota kami lulusan Desain Komunikasi Visual. Kami berserikat untuk mengadakan pameran bagi perupa wanita, kata Tantru. Kenapa harus perempuan? Karena kami lihat selama ini dunia seni rupa di Surabaya didominasi oleh pria, jadi kami harus berkumpul agar perupa wanita semakin aktif berkarya, lanjut Tantru. Tak dapat disangkal, BRAngeRous adalah komunitas perupa wanita paling produktif di Surabaya. Terbentuk sejak tahun 2007, hingga saat ini sudah belasan pameran diselenggarakan oleh BRAngeRous, ranah eksplorasi mereka pun sangat luas, mulai dari ilustrasi, seni olah digital, hingga fashion drawing. Bahkan beberapa anggota BRAngeRous mulai mandiri untuk membuat produk dan line fashion sendiri. Pameran terakhir BRAngeRous, What We Love About France, diselenggarakan di IFI pada awal Maret 2012.

# **DIY MARKET: Made & Trade**

**Local crafts & designs, secondhand trinkets: Pakaian, Aksesoris, Poster, Buku, Majalah, Perabot Elektronik dan Rumah Tangga, Botol Miras Impor, Kaset, CD, dan produk asik lainnya.**

**Oleh: Nurify Gadisgelap, Surabaya Fashion Carnival, Poystories, Maritjee, Nitchii, Ike Herdiana, dan Doddy Ach Z.  
+ Performance by DJ Arianne**

# DIY PICNIC: Make Scene, Make Zine.

Minggu, 30 Oktober 2011. zine//picnic adalah acara perdana mengenai zine yang diselenggarakan oleh c2o library, sebagai bagian dari rangkaian acara Design It Yourself. zine//picnic adalah suatu pertemuan antara zine maker dan penikmat zine dengan menggunakan konsep piknik.

Anitha Silvia

Aik (Subchaos) datang tepat waktu, sebelumnya kami cukup khawatir bahwa kawan-kawan zine maker akan datang terlambat karena acaranya terbilang pagi karena ini akhir pekan. Menyusul datang banyak kawan dari Manazine, Seize, JMAA, Ultrassafinah, yang memiliki benang merah yaitu zine religius Islam. Nita Darsono dan Bembi datang membawa pudding. Kami akan berpiknik di dalam c2o library, di halaman masih sangat terlalu panas, padahal Bembi sudah siap dengan kostum piknik andalannya celana kolor! Dan kawan-kawan lain pun berdatangan, dan piknik dimulai! Potluck cukup gagal karena hanya sedikit yang membawa makanan, Nita membawa pudding, Tinta membawa sandwich ganja (daun basil yang terlihat seperti ganja), Novelisa membawa pisang dan mangga, Kathleen menyediakan air es dan popcorn!

Dalam scene underground, zine sebagai salah satu media alternatif dipakai secara efektif untuk membahas isu dan distribusi informasi dalam scene tersebut. Sampai sekarang zine tetap efektif meskipun zine fisik (fotokopian) berkurang digantikan dengan webzine (zine berbasis website) dan zine berbasis social media (tumblr). Di Indonesia, zine akrab dikenal sebagai media perlawanan terhadap media mainstream dan dalam perkembangannya mulai hadir personal zine dengan tema-tema yang tidak bermaksud melakukan perlawanan melainkan lebih “bersenang-senang”. Dan zine tidak hanya milik scene underground, semua komunitas dan semua orang bisa menggunakan zine sebagai media untuk mendistribusikan informasi dan gagasan dengan biaya

yang murah dan sebagai ekspresi kreatifitas.

Mungkin zine//picnic adalah peristiwa langka dimana zine “religius” bertemu dengan zine “sekuler”. zine//picnic juga menjadi momentum kebangkitan zine di Surabaya. Zine di Surabaya muncul sekitar tahun 1996 dengan kelahiran Subchaos, zine kolektif dengan tema hardcore/punk yang dibuat oleh Aik bersama kakak kandungnya namun tenggelam pada tahun 2001 saat Aik memutuskan membuat Subchaos #8 sebagai edisi perpisahan. Pada tahun 2006, Bembi menerbitkan KurangXajaR, hanya tinggal dia seorang yang membuat zine dalam scene hardcore/punk.

Gelombang kedua sekitar tahun 2000 muncul beberapa zine dari scene musik indie-pop seperti Pool Cat, Iki, dan menyusul Mellonzine, tapi tenggelam pada tahun 2006.

Bisa dibilang bahwa zine//picnic menjadi penanda gelombang ketiga pergerakan zine di Surabaya dengan kelahiran 11 zine yaitu Sometimes I Do Mind The Animals, coretmoret, Botol, Dumb, main(k)an, Kremi, Aligator, KHAACK, Tropical Rembulan, Helloworld, Sunshine, dan peluncuran Subchaos #9, Halimun #6, dan kurangXajar #4. Juga di-share-kan beberapa edisi SA'I, Manazine, Seize, Ultrassafinah, JMAA, dan Katalis. Benar-benar kejutan, total 19 zine!

Rasa senang akan membuat zine dan ingin berbagi kepada siapa saja menjadi pendorong kawan-kawan untuk memproduksi zine dengan tema yang beragam. Acara zine//picnic dimulai dengan masing-masing partisipan mendeskripsikan zine yang dibuatnya. Novelisa membuat Sometimes I Do

Mind The Animals, zine dengan tema hewan, tulisan mengenai hewan piaraan yang mati mengenaskan, komik tentang babi yang marah-marah, dan visual binatang di tempat-tempat yang janggal. Nita Darsono menaruh tagline di zine-nya coratmoret, “make zine make scene”. CORETMORET menampilkan ilustrasi resep irish coffee, komik tentang anak perempuan yang memiliki lengan yang sangat panjang, dan berita kehilangan Louie, kucing kesayangan Nita, coratmoret sangat menggemaskan! Pinkan Victorien memamerkan “botol”, zine dengan format kertas A3 yang dilipat sedemikian rupa menjadi format booklet, tampil penuh satir tapi tetap manis dengan gambar botol-botol yang memparodikan fenomena kehidupan sehari-hari seperti gambar “botol yang ditukar”, “simpan masalahmu dalam botol”, “pesan dalam botol”.

Dumb dibuat oleh Oble, dia menampilkan diary visual, dengan memakai kertas A4 dilipat menjadi ukuran A6, visual yang dipamerkan menjadi berarti bagi kawan-kawan yang lain setelah Oble mendeskripsikan visual yang ia buat. Young Kadeer dan Juve Sandy berkolaborasi membuat “main(k)an”, zine yang bermain dengan mainan anak-anak dan dewasa, sangat menyenangkan memainkan main(k)an. Krimi adalah personal zine milik Rici Alric yang juga adalah kolektor zine. Rici banyak membuat komik satu halaman yang kebanyakan adalah kritik sosial, dan memamerkan diary grafis bulan madu ke Yogyakarta bersama sang istri. Rici juga mengkampanyekan “making zine oya usah isin isin”. Aligator, zine karya Arti Pijar yang juga aktif di Kinetik—komunitas video

documenter—memajang tulisan-tulisan yang ia”curi”, dia hanya meng-copy paste tulisan orang lain tanpa mencantumkan kredit, Aligator menjadi kritik social terhadap fenomena plagiat di era modern. KHAKK adalah personal zine milik Eko Ende yang juga aktif di Kinetik, dalam KHAAK dia menampilkan kegiatannya selain menjadi mahasiswa yaitu Naik Delman (proyek musik elektroniknya bersama Young Kadeer) dan KNTK TV (salah satu program Kinetik). Sunshine adalah zine karya Bagus Priyo yang tampaknya masih malu-malu untuk mengeksplorasi dunia musik shoegaze. Tropical Rembulan menjadi zine yang paling diminati karena Redi Murti dan N’jet membuat Tropical Rembulan menjadi media kampanye sosial pembentukan kesadaran para ibu rumah tangga dan anak-anak dengan slogan “makan masakan mama”. Tropical Rembulan menampilkan artikel tentang nutrisi otak, resep kue sus fla buatan Mama Murni (ibunda Redi), anjuran untuk menjaga kebersihan dapur dan mengganti vetsin dengan bumbu tradisional. Redi dan N’jet juga menampilkan lirik Blues of Lyli – Oppie Andarista. Tropical Rembulan ditutup dengan manis dengan gambar anak lelaki yang sehat yang berkata “fuck micin”. Helloworld adalah produk dari Iyan Fabian, yang menggunakan bermacam media, salah satunya zine. Edisi perdana Helloworld menyajikan tulisan terjemahan “Hidupi Hidupmu : Manifesto Individualis” dan “The Nine Unknown Man”. Subchaos #9 menjadi bahasan yang cukup sensitif karena Aik sang empunya zine melakukan perubahan besar-besaran terhadap imageSubchaos. Aik secara gamblang men-share-kan

informasi dan gagasan ke-islam-an dalam Subchaos #9. Aik mengambil tema “out of step” yang terinspirasi saat Minor Threat mencetuskan gerakan Straight Edge. Aik menawarkan pemikiran alternative kepada komunitashardcore /punk. KurangXajaR #4 karya Bembi menjadi kompilasi tulisan-tulisan yang tidak sempat diterbitkan, jadi ini memang kebangkitan! Bembi memakai kaca mata situonis internasional dalam memilih tema: gaya hidup manusia modern yang membosankan. Halimun #6 yang dibuat oleh Anitha Silvia merupakan kompilasi diari perjalanan liburan lebaran tahun 2011 dengan 24 partisipan. Halimun mengkhususkan pada diary perjalanan dengan berbagai tema dan destinasi yang tidak terduga.

Yang juga berbeda dalam zine//picnic adalah kehadiran beberapa zine “religius” yang diproduksi oleh unit kegiatan mahasiswa kerohanian Islam Institut Teknologi Sepuluh November. Pertama adalah SA’I dimana Aik Subchaos menjadi project manager. SA’I sudah mencapai edisi ke-10 dan baginya zine adalah media jihad. Sama halnya dengan Ultras-Safinah, Manazine, Seize, dan JMAA. Keempat zine tersebut juga memakai zine sebagai media dakwah, diterbitkan oleh beberapa lembaga dakwah kampus di ITS. Manazine diterbitkan oleh Jama’ah Masjid Manarul ‘Ilmi (JMMI) ITS, Ultras-Safinah oleh Lembaga Dakwah Jurusan (LDJ) As Safinah Teknik Perkapalan ITS. JMAA diterbitkan oleh Jama’ah Masjid Al Azhar dan SEIZE Zine oleh Kajian Islam Sistem Informasi ITS. Acara berlangsung dari pk. 11.00 – 16.00. Dari zine//picnic dapat dilihat bahwa zine tidak hanya milik scene

underground, semua orang bisa membuat zine dengan tema apapun, zine merupakan media alternatif yang demokratis, semua orang bebas men-share-kan ide, pemikiran, argumentasi, dan apapun.

Zine//picnic menghasilkan kompilasi zine yang bertajuk sama dengan nama acara yaitu zine//picnic compilation, anda bisa mengunduhnya secara gratis dan legal melalui link dibawah ini . [Http://www.archive.org/details/ZinepicnicCompilation](http://www.archive.org/details/ZinepicnicCompilation) (160mb)

zine//picnic compilation :

Aligator – Arti Pijar  
Botol – Pinkan Victorien  
CORATMORET – Nita Darsono  
Dumb – Rizky Juniartama  
Halimun #6 – Anitha Silvia  
Helloworld – Iyan Fabian  
JMAA – Anom  
KHAAK – Eko Ende  
Kremi – Rici Alric  
KurangXajaR #4 – Bembibum Kusuma  
main(k)an – Young Kadeer & Juve  
Sandy  
Manazine  
SA’I #10  
Seize  
Sometimes I Do Mind The Animals –  
Novielisa  
Subchaos #9  
Sunshine – Bagus Priyo

# **ATOM JARDIN: Pameran tunggal ilustrasi oleh Yudha Sandy**

Rubah mengobrol dengan Tapir. Tak ada yang mereka takutkan. Mereka toh bukan siapa – siapa. Tak ada keberpihakan pada seseorang atau segerombolan liar yang sedang gencar mengincar. Meskipun diantara binatang sudah saling mencium tanda – tandanya, namun siapa sebenarnya ‘siapa – siapa’? Tidak ada yang mengaku secara terang – terangan. Semakin meruncing, semakin keras. Tua maupun muda, semua yang terusik semakin arogan. Tanpa kita sadari kita termakan permainannya pelan – pelan. Skenario besar...

Anitha Silvia

## **CERITA DI BALIK PAMERAN...**

### **Rabu, 26 Oktober 2011**

Yudha Sandy tiba di c2o library sekitar jam 4 sore, Sandy berdomisili di Yogyakarta, dia salah satu pendiri Mulyakarya—komunitas seni komik. Ditemani Andriew Budiman dan Ari Kurniawan, Sandy mulai mempersiapkan display karya, ternyata Sandy ingin merespon interior c2o library yaitu 2 lampu utama di tengah ruangan. Sandy akan membuat instalasi berupa 2 lampion raksasa yang terbuat dari potongan-potongan ilustrasinya yang berupa master stensil komik, dibantu pula oleh Suko—suami Yuli—untuk memasang instalasi listrik. Saya datang ke c2o library jam 8 malam dan instalasi listrik hampir selesai, Sandy melanjutkan merangkai kabel dan lampu. Jam 9 malam, kami istirahat untuk makan tahu campur, Kathleen yang membelikan tahu campur sekaligus pulang dari kampus. Kemudian Sandy melanjutkan display, sementara saya hanya memberikan dia semangat!

### **Kamis, 27 Oktober 2011**

Jam 2 pagi, Sandy masih merangkai instalasi, saya, Kathleen, dan Andriew membantu memotong karton sebagai background master stensil dan memasukkannya dalam plastik ukuran folio, Jam 4 pagi kami bertiga sudah teler, kami pamit ke Sandy untuk tidur dulu, sementara Sandy masih sangat tekun menyelesaikan instalasi. Jam 7 pagi, akhirnya instalasi semacam lampion selesai, namun angin yang bertiup lumayan kencang pagi itu masuk sampai ke dalam ruangan dan membuat goyah tumpukan ilustrasi yang hanya direkatkan dengan lem, dan pondasi yang dibuat ternyata tidak kuat

menahan ratusan kertas, maka instalasi tersebut diruntuhkan, hasil kerja semalam suntuik pun runtuh, tapi Sandy tetap semangat untuk mengerjakan konsep display pengganti.

Jam 7 malam, acara pembukaan pameran “Atom Jardin” dimulai dengan sambutan dari pemilik c2o library Kathleen Azali dan sang artist Yudha Sandy. Pengunjung yang cukup banyak mulai memasuki ruang perpustakaan yang malam itu sekaligus menjadi ruang pameran sambil menikmati popcorn buatan Kathleen dengan rasa yang cukup ajaib. Sandy memamerkan ilustrasi yang adalah master komik stensil ukuran folio berupa kertas tebal berwarna putih yang diberi background karton warna hitam sehingga menonjolkan efek cutting-nya, ditambah potongan plastik mika warna merah dan hijau yang memberikan efek dramatis terhadap ilustrasinya. Ilustrasi dipasang disepanjang kaca-kaca jendela di ruang perpustakaan c2o library, Sandy juga memberikan sedikit narasi yang dituliskan diatas isolasi kertas dan ditempel disekitar ilustrasi. Ilustrasi yang dipamerkan sekitar 40 lembar yang diambil dari 10 bab pertama dari komik yang berjudul Atom Jardin, total ada 25 bab dalam komik Atom Jardin.

Atom Jardin mengisahkan seorang manusia biasa bernama Jardin yang membuat suatu ruang alternatif bisa dibilang studio/galeri/perpustakaan/gerakan atau apapun yang diberi nama Atom Jardin dan mengajak sahabatnya yang bernama Stopie untuk mengelola Atom Jardin. Dengan mengambil falsafah mengenai atom yang memiliki efek

jangka panjang meskipun ledakan atom hanya sebentar saja, Jardin berharap gerakan yang dibuat meskipun hanya sebentar tapi memiliki efek yang berkepanjangan di lingkungannya. Stopie menggunakan Atom Jardin sebagai kendaraannya untuk melancarkan propaganda anti-sekte (tidak disebutkan nama sekte) dan gerakan propaganda tersebut disambut banyak dukungan dari pihak luar. Jardin tidak setuju dengan tindakan Stopie yang memanfaatkan Atom Jardin sebagai alat propaganda, Jardin hanya ingin Atom Jardin sebagai ruang yang sesuai dengan fungsinya. Untuk mewujudkan ambisi pribadinya, Stopie memecat Jardin dari Atom Jardin, padahal Jardin lah yang mendirikan Atom Jardin. Jardin dengan lapang hati meninggalkan Atom Jardin. Cerita bercabang-cabang mengenai kelanjutan kehidupan Stopie dan Jardin. Dalam komik Atom Jardin, Sandy juga banyak memakai karakter hewan, salah satunya adalah Tapir yang adalah akronim dari “tanpa berpikir”.

Di sesi artist talk, Sandy menceritakan kisah Atom Jardin dan proses pengerjaan mulai dari membuat cerita dan sketsa sampai tahap cutting yang cukup rumit dan butuh ketekunan. Sandy mengerjakan Atom Jardin selama setahun lebih, dan rencananya komik Atom Jardin akan diluncurkan pada awal tahun 2012. Komik stensil saat ini terbilang langka, pameran ilustrasi Atom Jardin pun membuat para pengunjung antusias memperhatikan detail karya dan bertanya-tanya mengenai hasil akhirnya.

Acara pembukaan pameran dimeriahkan oleh penampilan Taman

Nada, grup musik akustik yang dibentuk oleh Nandi (vocal dan puisi), Artur (gitar dan vocal), dan Salman (gitar dan vocal). Taman Nada membawakan tembang-tembang andalan yaitu Prelude, Rutinitas, Fase, Bumi Itu Apa, Marilah-mari. Taman Nada juga membawakan lagu folk anak-anak : layang-layang, Bob Dylan – It Ain’t Me Baby, Bon Iver – Skinny Love, Fleet Foxes – Blue Spotted Tail, Sade – By Your Side. Taman Nada mengundang Eki Trisnowening (frontman Silampukau) untuk membawakan bersama lagu Silampukau yang menjadi favorit kami : “Berbenah”. Sementara Taman Nada menghibur pengunjung dengan lagu-lagu yang menyejukkan hati, Sandy membuat stensil karakter 3 personel Taman Nada. Sebagai acara pamungkas, Taman Nada membawakan lagu “Pulang” dengan mengajak para pengunjung untuk keluar dari ruang perpustakaan menuju halaman depan c2o library, Sandy dan seluruh pengunjung pameran dengan penasaran mengikuti Taman Nada, di halaman depan Taman Nada menyelesaikan tembang “Pulang” bersamaan dengan Sandy yang telah menyelesaikan karya stensil berupa ilustrasi 3 personel Taman Nada, wah pertunjukkan kolaborasi yang hangat dan menyenangkan!

# DIY WORKSHOP: Malaikat & Singa

**Jam 3 sore, matahari masih terasa panas di halaman c2o library, akhir-akhir ini udara memang lebih panas berlipat-lipat dari biasanya yang sudah panas, rombongan tur Malaikat dan Singa tiba dengan selamat di c2o library. Semalam mereka melakukan pertunjukkan musik di Mojokerto, tentu mereka masih lelah tapi Arrington tetap semangat untuk bergerak di tengah panasnya Surabaya. Demi keakraban, kami menyebut Arrington de Dionyso dengan Arrington Dinoyo, Dinoyo adalah nama jalan yang terkenal di Surabaya, hahah.**

Anitha Silvia

Sore ini c2o library memfasilitasi workshop drawing oleh Arrington Dinoyo yang berasal dari Olympia, USA. Arrington Dinoyo telah memproduksi dua album (“Malaikat dan Singa” dan “Suara Naga”) yang diliris oleh label indie kenamaan K Records. Selain mengeksplorasi musik, Arrington juga giat mengeksplorasi gambar. Bulan Oktober ini YesNoWave Music menyelenggarakan tur “Malaikat dan Singa” di kota Jakarta, Bandung, Malang, Mojokerto, dan Surabaya.

Para peserta workshop pun berdatangan, teman-teman dari DKV UK Petra yaitu Chelsea, Debby, Elang, dan Ega, teman-teman dari Milisi Fotokopi yaitu Kuro, Kemplo, Bagus, Dani, dan Jowy. Phobe dari Bhineka juga turut serta. Tanpa banyak bicara workshop atau mungkin lebih tepatnya acara menggambar bersama dimulai, kertas samson ukuran A0 digelar di halaman c2o, kuas dan tinta cina menjadi senjata utama dalam mengekskusi gambar.

Tanpa tema, Arrington dan kawan-kawan Surabaya dengan asyik menggambar. Arrington dengan santai menggambar manusia-manusia dengan simbol-simbol primitif, kawan-kawan lain juga menyambung dengan gambar-gambar manusia, hewan, tumbuhan, dan menambahkan teks dalam gambar. Selama 1,5 jam kami asyik menggambar dan mengobrol, saling merespon gambar, dan akhirnya gambar dipajang di tembok halaman c2o, dan berfoto bersama dengan gambar spontan yang menarik.

Kemudian Arrington mengajak kawan-kawan masuk ke dalam perpustakaan untuk melihat hasil drawing-nya selama 1 bulan residensi di KUNCI (Yogyakarta). Gambar yang dibuat Arrington sangat menarik meskipun sederhana hanya menggunakan tinta cina diatas kertas, ditambah dengan air teh yang menghasilkan gradasi warna coklat yang indah. Mengambil tema kehidupan primitif, Arrington menggambar manusia (perempuan dan laki-laki) telanjang, hewan-hewan, tumbuhan yang terinspirasi dari lukisan-lukisan di dinding gua zaman batu. Karyanya adalah kritik sosial terhadap kehidupan dunia modern, dimana manusia modern mentabukan ketelanjangan, meng-tuhan-kan uang, dan menghancurkan alam. Arrington tidak bisa berlama-lama mengobrol dengan kawan-kawan padahal mereka masih ingin bertukar pengalaman dan perasaan, Arrington harus membeli tiket pulang dan bersiap untuk pertunjukkan musik malam itu juga.



---

# DIY *PEOPLE*

---

*Fellow Participants*

---



## *Arsitektur & Tata Kota*

### **Prof. Josef Prijotomo**

Guru Besar Arsitektur ITS  
jospri@indo.net.id

### **Anas Hidayat**

Seorang arsiteks (architect).  
Lulusan arsitektur dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya tahun 1999 dan magister arsitektur di ITS juga pada 2002. Pernah bekerja di divisi think tank di dpavilion architects Surabaya (2007-2011), dan saat ini menjadi dosen di Program Studi Arsitektur / Desain Komunikasi Visual UPN iVeterani Surabaya dan Program Studi Arsitektur Unika Darma Cendika Surabaya, juga aktif di komunitas deMaya (Desainer Muda Surabaya).  
Mulai awal tahun 2011, Anas Hidayat mendirikan studio REK ñ REpublik Kreatif di Surabaya, yang fokus pada penulisan tentang desain, arsitektur dan juga ide-ide yang non-arsitektur. Sejak kecil tergila-gila pada wayang, dan saat ini sedang membuat riset mandiri tentang wayang yang diarahkan untuk membuat sebuah genre baru wayang kontemporer. Bisa dikontak di: 08123134293 / anashiday@yahoo.co.uk / anashidayat.wordpress.com

### **Wahyu Setyawan**

Dosen Arsitektur ITS  
wahyu\_s@arch.its.ac.id,  
wahyu\_s@gmail.com

### **Goya Tamara**

#### **Hermawan Dasmanto**

Arsitek, ARA Studio  
hermawan.dasmanto@gmail.com

### **Iman Christian**

Badan Perencanaan Kota Surabaya  
[Iman\\_christian@yahoo.co.uk](mailto:Iman_christian@yahoo.co.uk)

### **Gunawan Tanuwidjaja ST.MSc.**

Dosen Jurusan Arsitektur UK Petra dan Manager Studio Green Impact Indonesia. Hobby: membaca dan menulis, menonton tayangan TV dan film tentang sejarah dan temuan - temuan ilmiah. Arah Riset: Desain berkelanjutan, Kota yang berkelanjutan, Desain Bambu, Kolaborasi desain.

Kontak :

+62 812 212 208 42

[gunteitb@yahoo.com](mailto:gunteitb@yahoo.com), [gunte@peter.petra.ac.id](mailto:gunte@peter.petra.ac.id),

[gunteitb2012@gmail.com](mailto:gunteitb2012@gmail.com)

<http://greenimpactindo.wordpress.com/>

<http://www.flickr.com/photos/gunteitb/>

<http://www.scribd.com/gunteitb>

### **MADcahyo ( noMADen)**

MADcahyo lulus dari pendidikan arsitektur tahun 1999 di Surabaya. Kemudian bekerja secara multitasking di sebuah firma arsitektur kecil yang spesialisasinya mengerjakan proyek rumah tinggal mewah.

Tahun 2000 mendirikan studio desain GEO 4 bersama 4 orang rkannya. Ditahun yang sama brand

personal iMADcahyoi diluncurkan. Tahun 2001 mendirikan studio arsitektur sendiri yang bernama MADdesign fabrica. Tahun 2010 MADdesign fabrica diremajakan menjadi noMADen. noMADen merupakan sebuah creativity engine bagi MADcahyo yang jangkauan beyond architecture.

MADcahyo telah mengerjakan dan terlibat dalam berbagai skala proyek perencanaan, baik sebagai pribadi maupun sebagai bagian dari tim. Beberapa aspek utama yang menjadi concern MADcahyo dalam mendesain adalah idesign means innovation, less budget is more innovation. MADcahyo aktif menulis topik arsitektur di koran lokal Surabaya serta terlibat dalam berbagai even bersama rekan2 disain kreatif lainnya. Gemar melakukan riset tentang urban, teori arsitektur dan detail arsitektur. Beberapa kali memberikan kuliah tamu dan seminar di beberapa universitas. Saat ini sedang menulis 2 buah buku tentang arsitektur yang direncanakan akan terbit 2012.

MADcahyo mengelola kreativitas noMADen, praksis arsitektur dan desainnya secara wireless dan waveness, 24 jam, memanfaatkan kemudahan free wifi di tempat publik dan dengan perangkat note book. Sebagai bagian dari gambaran besar kehidupan masyarakat kini yang tidak terbatas (borderless), tidak mengenal batas ruang (spaceless) dan tidak mengenal waktu (timeless), lalu kemudian menjadi nirkantor (officeless).

Anda mungkin akan menemukan MADcahyo bekerja entah disuatu tempat dan waktu yang ia inginkan, sesuai dengan kebutuhan akan kondisi tertentu. Alamat pasti MADcahyo dengan noMADen-nya hanya e-mailnya ([madcahyo@yahoo.com](mailto:madcahyo@yahoo.com)) & nomor telepon selularnya (+6281330221900).

## *Desain Grafis & Branding*

### **Bing Fei**

Vaith Design Office  
bingv31@yahoo.com

### **Nitchii (Nita Darsono)**

Profil : Currently works as graphic designer / copywriter at one creative agency, but consistently (and persistently!) drawing in discreet during her work hours. she is finding her way to be a freelance illustrator and listed as a member of BRAngerous (Indonesia's Woman Art Community). After finished her studies in Visual Communication Design and wandered around several creative agencies, she finds illustration represents her heart the best. She now lives in Indonesia with one zombie husband and a fat cat.  
Kontak : 082139022888 / nita.darsono@gmail.com / fb : Nitchii Drawings (Nita Darsono) / twitter : @nitchii

### **Maria Goretti**

Maritjee  
http://maritjee.blogspot.com  
maria\_tjee@yahoo.com

### **Bayu Prasetya**

Management Director,  
Graphichapter  
serangankilat@yahoo.com

### **Iko**

Ikiiko  
graphic designer + working class  
diejahrevorpop@yahoo.com,  
ikiikowrk@gmail.com  
coroflot.com/ikiiko  
twitter : @iki\_iko

### **Jimmy Ofisia**

Profil : Graphic designer wannabe,  
currently works at graphichapter.  
Kontak : http://jimmy.ofisia.name

### **Obed Bima Wicandra**

Menyelesaikan studi dalam bidang Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia Yogyakarta (S.Sn) di tahun 2001, kemudian pada tahun 2007 melanjutkan studi di Kajian Budaya dan Media Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (M.A). Pengajar di DKV UK Petra sejak 2002 mengampu mata kuliah DKV 2, DKV 3, Sosiologi Seni, Estetika, dan Urban Art. Disamping mengajar ia aktif dalam Komunitas Tiadaruang, sebuah komunitas yang memprovokasi terciptanya estetika di ruang publik sejak 2005. Sebagai juga pengamat dan peneliti, ia membentuk forum diskusi di DKV UK Petra bernama "Mbenjumat", pengagas kelompok studi di Fakultas Seni dan Desain UK Petra yaitu Kelompok Kajian Budaya, serta menjadi Koordinator Pusat Studi Seni Vernakular UK Petra.  
Kontak:  
fb: obed bima wicandra  
e-mail: obedbima@petra.ac.id  
no HP: 085851102332

### **Luri Renaningtyas**

Profil : Brangerous  
Kontak :  
lurycoco.com  
lury.deviantart.com  
facebook.com/lury.coco  
[cocolatos@ymail.com](mailto:cocolatos@ymail.com)

**Dinarizki Amelia**

Desainer grafis & koordinator  
Brangerous  
dinarizki.amelia@gmail.com  
its\_brangerous@yahoo.com

**Redi Murti**

Nude Face  
redisauruss@gmail.com

**Rahmatsyam Lakoro**

Profil: Dosen Bidang Studi Desain  
Komunikasi Visual  
Kontak:  
facebook: ramok lakoro  
twitter : @ramoklakoro  
www.merkemas.wordpress.com  
www.ramok.multiply.com  
www.sincitylover.wordpress.com  
www.lakoro.tumblr.com  
djangkarock@yahoo.com,  
ramok@prodes.its.ac.id

*Seni Urban & Komik***Broky (Misbachul Bachtiar)**

Outline Studio  
brokyoutline@yahoo.com

**Yudi Sutanto**

Outline Studio  
pensilstudio@yahoo.com

**Wiryadi Dharmawan (Pak Waw)**

Mantri Animasi  
pingkeroll@yahoo.com

**X-GO**

Urban & comic artist, Studio  
Bunuh Diri  
bunuhdiri\_revolt@yahoo.com

**Erik Maradona**

Street Art Surabaya (SAS)  
erikmaradona@yahoo.com

**Ryan**

Street Art Surabaya (SAS)  
[ryanherdianto@yahoo.com](mailto:ryanherdianto@yahoo.com)  
[streetartsurabaya@yahoo.co.id](mailto:streetartsurabaya@yahoo.co.id)  
iamtankids.blogspot.com

## *Fashion*

### **Alek Kowalsky**

Pendiri Other Rag Enterprise dan  
allthethingsivedone

ORE

Jl. Untung Suropati 83 Surabaya  
goodnightdistance@yahoo.co.uk

### **Embran Nawawi**

Fashion Journalist  
embran\_nawawi@yahoo.com

### **Era Hermawan**

Tempat Biasa  
ibuibumuda@yahoo.co.uk

### **Arghuby**

aiola, Global Appleworks  
arghubirachmadia@gmail.com

### **Linartha Darwis**

Profil:

Berkecimpung di dunia media  
namun berangan-angan terjun di  
dunia reka busana, sesuatu yang  
sudah menarik perhatiannya sejak  
berseragam putih-biru. Saat ini ia  
mulai sibuk menyiapkan koleksi  
debutnya.

Kontak:

email: linartha.darwis@yahoo.com

facebook: Linartha Darwis

### **Kanya & Andri**

VRV

mkanyasita@yahoo.co.id

### **Marsha**

Kimilatta

kimilatta@gmail.com

### **Felkiza, Putri Macan, Echa**

Surabaya Fashion Carnival

felkizavinanda@gmail.com,

felkizavinanda@yahoo.com

### **Camomile Nungki**

House Of Laksmi

### **Ariani Widagdo**

Arva School of Fashion

cimaryani@yahoo.com

## *Animasi & Seni Media Baru*

### **Beny Wicaksono**

New Media Arts, WAFT  
benny\_illustration@yahoo.com

### **Novie Elisa**

VJ Subsidiary  
novi13lisa@gmail.com

### **Pinkan Victorien**

VJ Poystories  
victorienity@yahoo.com

### **Aldo Samola**

DJ Ayren Mayden  
ayrenmayden@yahoo.com

### **Phleg (Terbujurkaku)**

Musisi elektronik  
bebek.kegelapan@gmail.com

### **Hendry Wahana**

Motionanthen  
hendrywahana@hotmail.com

### **Aditya Adinegoro**

Kinetik  
adityaadinegoro@gmail.com

### **Cak Ikin**

Animator, Gathotkaca Studio  
[si\\_ikin@yahoo.com](mailto:si_ikin@yahoo.com)

### **Vinka Maharani**

Manajemen Gathotkaca Studio  
(Animasi)  
kawat\_koneng@yahoo.com

## *Artist & Performers DIY 2011*

### **Yudha Sandhya**

Mulya Karya  
yudhasandy8@gmail.com

### **Arrington De Dionyso**

Malaikat & Singa

### **Taman Nada**

Taman Nada adalah grup musik folk dengan lirik tentang kehidupan sosial. Taman Nada berisi empat pria yang berdomisili di Surabaya dan berstatus mahasiswa bernama Atthur Razaki (vokal, gitar), Salman Muhiddin Latief (vokal, gitar, ukelele), Nandiwardhana Prawira Sudira (vokal, harmonika, cajon), Najmi Abdoel Hakim (gitar). Mereka telah berkarya dan bermain selama satu tahun dan sedang berusaha untuk merekam karya mereka dalam bentuk digital. Taman Nada berkolaborasi dengan Ekky Trisnowening pada acara DIY 2011

CP : Atthur (085731301615)

## *DIY IDEAS SPEAKERS*

### **Ayos P & Lukman H**

Hifatlobrain Travel Institute

ayosepe@gmail.com

Telpon: 085882531152

Web: hifatlobrain.net

Keterangan:

Travel blog bertagline iTravel Institutei yg menawarkan sebuah Travel Experience, sebagai cara pandang baru bagi para pecinta jejalan

### **Jimmy Ofisia**

jimmy@graphichapter.com

Web: <http://jimmy.ofisia.name>

<http://merdekaataoemati.in>

Telpon: 031 61075800

Keterangan:

AYOREK!

Ide tentang situs yg memiliki fungsi utama sebagai pusat informasi online yang memuat jadwal atau agenda even-even kreatif yang diselenggarakan di Surabaya.

### **Dimas Numan**

Kolom Kota

dimas.numan@gmail.com

Web:

Telpon: 08176415035

Keterangan:

Kolom Kota

Kolom Kota adalah sebuah komunitas perkotaan yang mencakup aspek kuliner, sosekbud, lingkungan, transportasi, sejarah, ruang publik.

### **Ingrid WP& Indra S**

Save Street Child Surabaya

inggrid\_cpa.yani@yahoo.com

Web:<http://sschildsurabaya.wordpress.com/>

Wordpress.com/

Telpon: 08563457094

Keterangan:

Save Street Child Surabaya adalah gerakan komunitas yang berawal dari ide sederhana untuk mengaktualisasikan kepedulian menjadi tindakan dan tidak rumit. Sehingga tindak nyata benar benar terwujud tanpa melalui birokrasi dan manipulasi perjuangan awal

### **Shinta Saputra (Mbak Cin)**

Akademi Berbagi Surabaya

shinta.saputra19@gmail.com

Web: <http://akademiberbagi.org/>

Telpon:08179315129

Keterangan:

Akademi Berbagi Surabaya

Akademi berbagi adalah gerakan sosial yang bertujuan untuk berbagi pengetahuan yang bisa diaplikasikan langsung sehingga para peserta bisa meningkatkan kompetensi di bidang yang telah dipilihnya. Bentuknya adalah kelas-kelas pendek yang diajar oleh para ahli dan praktisi di bidangnya masing-masing. Seluruh kegiatan di Akademi Berbagi ini gratis. Baik untuk para guru, murid dan pengelola. Kelas selalu berpindah-pindah tergantung dari para relawan yang mau meminjamkan ruangan.

**Bayu Topan Aris Nuswantoro & Imam Fidyansyah**

Young Make It  
youngmakeit@gmail.com

Web:

Telpon: 085645745734

Keterangan:

Young Make it sebuah wadah yang digerakan oleh pemuda untuk memberantas kemiskinan dengan membantu anak-anak yang tidak mampu melalui pendidikan dan bidang kreatif yang bertujuan untuk meraih mimpi dan cita-cita mereka.

**Cak ikin**

Gathokaca Studio  
si\_ikin@yahoo.com

Web:

Telpon: 081332536117

Keterangan: Gathokaca Studio di anggotai 2 orang, Ikin & Vinka. Bergerak di bidang animasi. Bercita-cita membuat animasi jaya di negeri sendiri.

**Hendri wahana**

Motionanthem  
hendrywahana@hotmail.com  
Telpon:087853989190

**Endy Yudho Prasetyo & Defry Agatha Ardianta**

Ordes  
081232263015  
ordes arsitektur (fb page)  
@ordesarsitektur

**Niki & Firman**

Surabaya Tempo Dulu  
stede@rocketmail.com

Web:

<http://www.surabayatempodulu.com>

Telpon: 081332028663

Keterangan:

Surabaya Tempo Dulu (STD) adalah komunitas yang memiliki antusiasme terhadap sejarah dan budaya lokal Surabaya. Didirikan pada tanggal 10 november 2010 oleh Bambang Irawan melalui situs sosial Facebook.

**Tantru**

Brangerous  
its\_brangerous@yahoo.com  
Web: brangerous.blogspot.com

Keterangan:

Sekumpulan perempuan dengan latar belakang berbeda mencoba untuk berkarya



# COLOPHON

This booklet is the beta version of 2011 DIY Report, published and launched on March 16, 2012 at Institut Fran√ais d'Indonesie Surabaya, under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported License.

It is a post-event publication of Design It Yourself 2011, an annual series of design events first held in October 2011 at C2O Library. For this event, we gather various parties, from small communities, business, and academics related to design, particularly in Surabaya, to introspect and share their stories, ideas and inspirations, about their own situations and conditions. Various design disciplines were involved, from design in general, graphic design, design business & management, fashion, digital media, comic, urban art, and urban planning were discussed in one casual talk & presentation series.

Design It Yourself posits that the space and the conditions need to be created for people to think, plan and act with imagination in harnessing opportunities or addressing seemingly intractable urban problems. We believe that the fundamental, but often overlooked initial step, lies in the mapping and documenting our own local culture, our distinctive situations and conditions, in order to make what previously has seemed too vague and complex, to be slightly more visible and tangible.

Design It Yourself is initiated by butawarna & C2O Library, supported by various awesome participants.

Translated to English by  
Andrea Kristatiani, Gita Arita, Avika Dwi Cahyaningsih

Contact  
C2O Library  
Jl. Dr. Cipto 20 Surabaya 60264 Indonesia  
Email: [info@c2o-library.net](mailto:info@c2o-library.net) Web: <http://c2o-library.net>