

Bab I

Pendahuluan



I.1. Latar Belakang Masalah

Studi ini bermaksud untuk mengungkapkan bagaimana sebuah media dimanfaatkan sebagai saluran distribusi konten simbolis. Konten yang berupa sebuah desain visual yang melekat pada *merchandise* keluaran CV. SAWOONG Kreatif. Selain itu, studi ini juga bermaksud untuk meninjau sebuah upaya penyelamatan warisan budaya kota yang dilakukan oleh CV. SAWOONG Kreatif baik melalui strategi penjualannya maupun produk-produknya.

Surabaya, sebagai kota pahlawan patut diperhitungkan terutama dalam perjuangan merebut kemerdekaan bangsa Indonesia dari penjajah. Julukan Surabaya sebagai kota Pahlawan meninggalkan bangunan-bangunan yang bernilai sejarah. Setidaknya terdapat 163 bangunan dan lingkungan cagar budaya yang merupakan identitas Kota Surabaya, meski pada kenyataannya saat ini pembangunan yang destruktif pasca modernisasi mengancam keberadaan bangunan cagar budaya tersebut sehingga terancam pengusuran.¹

Menghancurkan bangunan-bangunan cagar budaya sama halnya dengan menghancurkan identitas sebuah kota. Kota-kota besar di Jerman dan Roma yang

¹ Dewantide, 2011, *Hilangnya Warisan Budaya, Hilangnya Identitas Kota*. Weblog [online], dapat diakses di < <http://dewantide.wordpress.com> > (21 Oktober 2011)

moderen dalam pembangunannya tidak lantas menggilas bangunan kuno yang mereka miliki. Sehingga jika berkunjung tetap dapat menikmati puing-puing sisa peninggalan Kerajaan Romawi di sana yang hanya berupa pilar-pilar atau serakan puing-puing yang dirawat dengan baik. Demikian juga Malaysia yang merawat bangunan peninggalan masa koloni Inggris di sana dengan sangat baik.²

Reputasi Surabaya akan *heritage* nya bisa jadi sejajar dengan kota-kota besar lainnya yang sudah mendunia, yang kebanyakan dikenal melalui obyek wisata dan bangunan bersejarahnya yang mengandung unsur pendidikan. Bangunan-bangunan tersebut dapat menjadi laboratorium hidup bagi generasi selanjutnya dalam mempelajari berbagai hal, mulai dari fisik bangunan hingga nilai sejarahnya. Ujungnya, pemeliharaan terhadap bangunan tersebut akan menguntungkan dari segi pariwisata. Di negara mana pun tempat-tempat bersejarah selalu dipelihara dengan baik, museum menjadi tempat yang ramai dikunjungi.³

Sebagai kota besar, Surabaya telah memposisikan diri sebagai pusat konsentrasi industri. Surabaya berpotensi, baik secara langsung, sebagai pusat pengembangan Indonesia Bagian Timur di masa mendatang. Kehadiran berbagai industri yang meliputi industri logam dasar, kimia dasar, tekstil, industri makanan dan minuman, serta argo based industri lainnya, yaitu industri yang mengolah hasil-hasil pertanian dalam arti luas, seperti halnya dari subsektor perikanan, peternakan, sayur-

² Permanasari Indira, 2003, *Yang Masih Tersisa dari Bangunan Stasiun Semut*, Kompas [online], dapat diakses di: <<http://www.kompas.com>> (21 Desember 2011)

³ Ibid.

mayur, buah-buahan dan lainnya. Sedangkan jenis industri yang mencakup nilai investasi mega proyek lebih tertuju pada bisnis/ kegiatan pelayanan umum/ masyarakat yang meliputi jalan tol, jembatan Suramadu, dan lain sebagainya.

Problematika perkotaan sangatlah menarik bila dikaji dengan segala aspek yang melingkupinya. Kota merupakan penggerak penting dalam terjadinya perubahan. Artinya, kota dalam era kekinian bisa dikatakan sebagai suatu kajian tersendiri yang tidak lagi bersifat umum. Hal ini dikarenakan kota telah mengambil peranan serta peralihan dalam masyarakat pedesaan. Seiring pertumbuhan kota Surabaya yang pesat, secara perlahan tapi pasti, muncul beberapa persoalan yang mau tidak mau haruslah dicarikan solusinya guna kepentingan bersama. Persoalan tersebut menyangkut masalah tata perencanaan kota yang carut marut, polusi, banjir, hingga hilangnya bangunan-bangunan yang mempunyai nilai tinggi sebagai warisan serta menjadi benda cagar budaya (artefak). Keadaan ini paradoks, ketika kita mendengar cerita dan membaca buku bahwa pada jaman kolonial (baca: Hindia Belanda) kota Surabaya lebih cantik dan bagus akan kotanya.

Menarik sekali ketika tim cagar budaya mulai mengkaji ulang kawasan serta bangunan Cagar Budaya yang ada di Surabaya. Pada tahun 1996, Dinas Pariwisata Kota Surabaya telah menetapkan 61 cagar budaya. Dua tahun kemudian, ditetapkan cagar budaya baru sebanyak 102 sehingga total cagar budaya di Kota Surabaya sebanyak 163 buah. Dan, dari total 163 Cagar Budaya, baru sekitar 10 persen cagar budaya yang berhasil diklasifikasikan. Namun demikian, hingga saat ini belum ada

pengklasifikasian final tentang kriteria kesejarahan masing-masing cagar budaya tersebut.⁴ Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 5 Tahun 2005 tentang pelestarian bangunan/lingkungan cagar budaya, tercatat sembilan tolok ukur dan penggolongan bangunan cagar budaya, antara lain umur, estetika, kelangkaan, dan nilai sejarah. Akhir dari pengkajian bangunan Cagar Budaya yang memenuhi kriteria tersebut adalah untuk ditambahkan ke dalam daftar Cagar Budaya dalam Peraturan Daerah tentang Pelestarian dan/ atau lingkungan Cagar Budaya. Hal inipun, kemungkinan besar masih akan disesuaikan dengan kebijakan umum dan skala prioritas dalam Rencana Program Jangka Menengah Daerah Kota Surabaya.⁵

Sebagai contoh, kasus pembongkaran toko Nam yang dianggap menghalangi proyek pedestrian. Saat ini di kompleks Toko Nam hanya tersisa bagian wajah bangunan. Jika sisa bangunan tersebut dibongkar, maka cagar budaya Toko Nam hilang. Sebelumnya, Wali Kota Surabaya Arif Afandi mengatakan, keberadaan Toko Nam menyebabkan pembangunan trotoar yang seharusnya selebar 6,4 meter harus dikurangi menjadi 2,7 meter. Arif menilai penyempitan trotoar pedestrian ini menghambat saluran pembuangan air di bawahnya dan mengganggu estetika kota.⁶

⁴ Budi Aloysius, 2008, *Pengklasifikasian Cagar Budaya Mendesak Dilakukan*, Kompas [online], Dapat diakses di <<http://kompas.com>> (21 Desember 2011)

⁵ Bagian Hukum Sekretariat Daerah Kota Surabaya, 2011, Raperda 2011, Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum [Online], tersedia di <<http://jdih.surabaya.go.id>> (21 Desember 2011)

⁶ Budi Aloysius, 2008, *Toko Nam Tak Dapat Dibongkar Total*, Kompas [online], Dapat diakses di <<http://kompas.com>> (21 Desember 2011)

Kasus lainnya adalah pembongkaran hingga penjarahan Stasiun Semut yang juga di dikenal sebagai Stasiun Surabaya Kota. Berita penjarahan bagian dalam stasiun kuno ini memperlihatkan, betapa tidak pedulinya bangsa ini dengan peninggalan berharga. Pembongkaran untuk dijadikan ruko adalah alasan yang sangat sederhana, sekedar memenuhi keinginan mendapatkan uang secara cepat. Sekalipun tidak terlihat dari wajah depannya, namun pembongkaran itu hanya menyisakan bongkahan sisa dinding batu yang belum dirobuhkan, sejumlah pintu dan kusen berwarna abu-abu kusam di bagian depan dan belakang stasiun. Pintu serta bingkai jendela di dalam gedung itu sudah raib, atap sejumlah ruangan juga tidak ada lagi. Demikian pula atap peron yang tinggal kerangka besinya. Bahkan gagang pintu sekalipun sudah menghilang. Hanya tertinggal satu buah gagang pintu di salah satu pintu belakang stasiun. Padahal, stasiun Semut yang pernah menjadi salah satu pusat kesibukan di Kota Surabaya dan bagian sejarah panjang perjalanan sebuah kota Surabaya kini seolah telanjang. Akan jauh lebih berharga kalau stasiun ini dijadikan museum "hidup" untuk memperlihatkan kekayaan masa lalu, sekaligus mempertahankan kereta-kereta lama yang cenderung dijual sebagai besi rongsokan.⁷

Undang-undang dan peraturan yang diterbitkan pemerintah daerah⁸, ternyata tidak berkorelasi signifikan dengan upaya pelestarian cagar budaya yang dilakukan oleh pemerintah kota Surabaya. Di satu sisi, kurangnya kesadaran serta kecintaan

⁷ Permanasari Indira, *op.cit.*

⁸ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1992 tentang Benda cagar Budaya dan Surat Keputusan (SK) Wali Kota Nomor 188.45/251/402.1.04/1996

masyarakat Surabaya akan pentingnya bangunan cagar budaya bagi peran kota sebagai aset pariwisata dengan pendekatan kawasan bernilai historis, turut mendukung tenggelamnya cagar budaya. Di samping itu, informasi dan wawasan mengenai bangunan dan kawasan cagar budaya di Surabaya yang sangat terbatas memungkinkan rendahnya peran aktif masyarakat, terutama generasi muda dalam pelestarian bangunan Cagar Budaya. Lunturnya pemahaman generasi muda terhadap nilai-nilai perjuangan bangsa Indonesia merisaukan kalangan akademis. Generasi muda saat ini lebih mengenal mall dari pada cagar budaya sebagai bagian mengenal jasa para pahlawan melawan penjajah.⁹

Beberapa upaya yang telah dilakukan, mulai dari penggiatan festival kesenian daerah hingga pengembangan karakter serta lawatan sejarah serta museum, belakangan mulai digiatkan pemerintah untuk mengenalkan cagar budaya dan membudayakan kecintaan pada sejarah. Peran serta masyarakat pun sebenarnya juga dibutuhkan dalam upaya pengembangan wawasan cagar budaya di Surabaya, melalui berbagai cara. Sawoong, yang memelopori produksi *merchandise* bernuansa *heritage* Surabaya didirikan dan memasuki pasar Surabaya pada tahun 2007 silam. Usaha penjualan kaos dan *merchandise* ini dirintis oleh Kuncarsono Prasetyo, mantan wartawan Surya. Cita-cita awalnya untuk melestarikan warisan budaya Surabaya melalui produk kaos oblong ini akhirnya mengantarkannya menjadi cinderamata *alternative*, sejajar dengan cinderamata lain yang sudah dikenal sejak dulu seperti

⁹ Surya, 2011, *Anak-anak Harus Mengenal Cagar Budaya*, Surya [online], tersedia di <<http://www.surya.co.id>> (21 Desember 2011)

batik dan kerajinan dari kulit. Dalam perkembangannya selama 4 tahun, tersebar sekitar 6 *outlet* penjualan kaos oblong dengan omset tak kurang dari 60-100 juta.¹⁰

Dua tahun terakhir ini, desain *merchandise* Sawoong mengalami pembajakan. Pembajakan ini dipermudah mengingat pada awal pendiriannya kebanyakan desain Sawoong diambil dari foto-foto Surabaya *tempo doeloe*. Kaos bertema sama pun bermunculan sebagai kompetitor. Gambar-gambar gedung tua peninggalan Belanda kala itu, yang menjadi salah satu tema yang digarap oleh Sawoong juga menghiasi kaos-kaos lain. Tidak hanya dikenal melalui desain kaosnya yang unik, Sawoong juga memproduksi *merchandise* lainnya seperti tas, pin, magnet, kartu pos, mug dan gantungan kunci bernuansa sama.

Sebelumnya, penelitian mengenai representasi identitas dalam sebuah desain yang sudah pernah dilakukan oleh Elisa Dwi Wardhani (2006) yang mengambil korpus Kaos Oblong Dagadu Jogja. Elisa memaparkan bagaimana kaos yang dibajak habis-habisan merknya ini berusaha untuk menjabarkan identitas kota Jogja dalam desain dan karyanya yang sarat dengan unsur *plesetan*. Seperti halnya penelitian lainnya yang dilakukan oleh Astria Okta Herdiani (2010) mengenai Penggambaran Identitas Kota Surabaya dalam Desain Visual Kaos Cak-Cuk. Kebanyakan tema yang diangkat adalah seputar desain kaos secara visual berdasarkan pada kreativitas dan interpretasi desainernya mengenai kota Surabaya yang sarat dengan unsur *plesetan*. Peneliti belum menjumpai adanya kajian *Visual Culture* yang benar-benar

¹⁰ Lihat lampiran

menjelaskan desain *merchandise* yang menggunakan simbol-simbol Cagar Budaya (heritage) kota Surabaya.

Menurut penulis, desain-desain Sawoong sangat menarik untuk dikaji mengingat dari dua studi sebelumnya, desain yang diproduksi oleh kaos oblong Cak-cuk dan Dagadu sarat dengan unsur *plesetan*. Hal ini berbeda dengan desain yang diusung oleh Sawoong, dimana orisinalitas lahir dari nuansa *tempo doeloe* yang ingin dibangkitkan oleh si pembuat melalui gambar dan potret cagar budaya Surabaya. Selain itu desain yang akan diteliti jauh lebih luas cakupannya karena desain-desain tersebut melekat pada *merchandise* seperti kaos, tas, pin, magnet, kartu pos, mug dan gantungan kunci. Sementara dua studi sebelumnya hanya mengangkat desain yang melekat pada kaos oblong.

1.2. Rumusan Masalah

Berbeda dari beberapa kajian sebelumnya, studi ini dimaksudkan untuk mengetahui keterkaitan antara cagar budaya Surabaya dan *merchandise Sawoong*. Sehubungan dengan itu pertanyaan yang hendak dijawab dalam penelitian adalah: **Bagaimana Sawoong memaknai cagar budaya kota Surabaya dalam *merchandise* produksinya? Bagaimana identitas mengenai kota Surabaya tersebut dikonstruksi? dan Apakah benar cagar budaya yang diangkat dalam desain *merchandise* Sawoong dimaksudkan untuk tujuan penyelamatan warisan budaya kota Surabaya?**

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana Sawoong memaknai cagar budaya Surabaya dalam *merchandise* keluarannya. Sekaligus menggali apakah benar cagar budaya yang diangkat dalam desain *merchandise* Sawoong menunjukkan sebuah upaya penyelamatan warisan budaya kota Surabaya baik melalui program maupun produk-produknya.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.a. Manfaat Teoritis

Studi ini diharapkan bermanfaat bagi perkembangan dan pendalaman peminatan studi komunikasi khususnya *Visual Culture* dan cagar budaya sehingga mampu menjadi acuan bagi studi-studi berikutnya.

1.4.b. Manfaat Praktis

1. Diharapkan penelitian ini dapat memiliki manfaat untuk memberikan sumbangan pemikiran mengenai suaka cagar budaya melalui *merchandise* dan dapat menjadi salah satu sumbangan untuk pengembangan pencitraan sebuah kota.
2. Selain itu penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi bahan referensi atau bahan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan bidang kajian komunikasi.