

ANALISIS KOMUNIKASI VISUAL BUDAYA HIPPIES DALAM IKLAN SURFER GIRL “SUMMER HOLIDAY @GRAND CITY SURABAYA”

EDY CHANDRA
edyc@fsrd.untar.ac.id

Jurusan Desain Komunikasi Visual FSRD Universitas Tarumanagara, Jakarta

ABSTRACT

Surfer girl's one of the young women's clothing brand that is embodied in the social life of the imaging light three young women who love to move in Bali's Kuta beach. In the process of branding Surfer girl perform advertising publications, one of which surfer girl underwear ads "Summer Holiday Grand Surabaya". The ad is expected to show cultural values The hippies in visual communication display. The purpose of examining the element of cultural values in advertising will be reviewed with the interpretive approach to visual semiotics, through the method of image board/moodboard in the multiplication of data information. Expectations of the review of underwear ad surfergirl "Summer Holiday Grand Surabaya City" can reveal the positive side and negative cultural values in the imaging hippies against young people in Indonesia.

Key word: *ad Surfer Girl, hippies , visual communication*

ABSTRAK

Surfer girl merupakan salah satu merek produk pakaian wanita muda yang diwujudkan dalam pencitraan kehidupan sosial tiga wanita muda muda yang gemar beraktivitas di pantai Kuta Bali. Dalam proses branding Surfer girl melakukan publikasi iklan, salah satunya iklan pakaian surfer girl "Summer Holiday @Grand Kota Surabaya". Iklan tersebut di duga menampilkan nilai-nilai budaya kaum hippies dalam tampilan komunikasi visualnya. Tujuan menelaah unsur nilai-nilai budaya dalam iklan akan ditelaah dengan pendekatan semiotika visual yang interpretatif, melalui proses metode image board/mood board dalam penggalian data informasi. Harapan terhadap hasil penelaahan iklan pakaian surfer girl "Summer Holiday @Grand Kota Surabaya" dapat mengungkap sisi positif dan negatif nilai-nilai budaya pada kaum Hippies terhadap pencitraan kawula muda di Indonesia.

Kata Kunci : *Iklan Surfer Girl, Hippies, Komunikasi Visual*

PENDAHULUAN

Tahun 60'an menjadi sebuah momen penting bagi kawula muda khususnya di negara Amerika Serikat (USA). Kelompok kawula muda yang berkumpul di *Haight-Asbury* Pantai Utara kota *San Fransisco* USA, menolak terhadap nilai-nilai perang dingin Pemerintah

Amerika Serikat. Kelompok kawula muda yang menolak penggunaan bentuk material mewah di kehidupan modern, menamakan diri mereka *Hippies*.

Saat itu dikenal sebuah kegiatan dari kelompok kawula muda *Hippies* yang cukup populer, yaitu "*Summer of Love*" (cinta di musim semi). Kegiatan ini diawali

oleh berkumpulnya sekelompok kawula muda di *Golden Gate Park-San Fransisco* dan mereka memberikan nama atas kegiatan perkumpulan tersebut dengan nama “*Human Be-In*” (masuk dan berada dalam kumpulan kemanusiaan). Kegiatan ini di pelopori dan diadakan oleh seorang seniman terkemuka, Michael Bowen (Bowen, 2002). Kegiatan *Human Be-In* merupakan kegiatan perkumpulan kawula muda dari kalangan pemusik yang dengan sengaja membiarkan rambut mereka tumbuh panjang terurai. Kegiatan *Human Be-In* yang dapat juga dikatakan sebagai kegiatan konser musik. Dimana para kawula muda-mudi yang bergembira, bernyanyi dan menari dengan iringan musik *rock*. Kegiatan ini berlanjut dengan nama “*Monterei Pop Festival*” yang diadakan oleh John Phillips salah satu musisi terkemuka saat itu. Kegiatan *Monterei Pop Festival* diadakan kurang lebih sepekan. Jumlah pengunjung di hari pertama dari kalangan kawula muda kurang lebih 30.000 orang, bahkan pada hari terakhir mencapai 60.000 orang. John Phillips sendiri mempopulerkan sebuah grup band dengan nama “*Flower of Children*” di *San Fransisco*.

Kegiatan ketiga *Summer of Love* dapat dikatakan sebagai kegiatan puncak yang diadakan pada *Tompkins Square Park-Manhattan*. Kegiatan tersebut ditentang oleh pihak kepolisian di *Manhattan* yang memprediksi akan hadirnya 50.000 kawula muda dari berbagai penjuru daerah di USA ke *Tompkins Squqre Park*. Bahkan hingga keseluruhan sebanyak 10.000 orang kawula muda dari berbagai penjuru dunia. Kaum *Hippies* sebagai kaum yang menentang bentuk anti-kehidupan modern yang individualis menggunakan berbagai manifestasi untuk menyatakan pertentangan terhadap gaya kehidupan modern, yaitu melalui musik *rock*, kembali gaya hidup

naturalis penuh kedamaian, dan bersatu tanpa ada pertentangan. Manifestasi yang diungkapkan oleh kaum *Hippies* pada akhirnya menjadi awal terbentuknya sebuah budaya anti kehidupan modern (kemapanan) di kalangan kawula muda. Faham-faham dalam berbagai manifestasi kaum *Hippies*, yaitu kebebasan dan perdamaian menjadi acuan bagi kawula muda hingga saat ini diseluruh dunia. Berdasarkan gambaran latar belakang kaum *Hippies*, terdapat iklan sebuah produk pakaian yang diduga memiliki keterkaitan dengan nilai-nilai budaya *Hippies* di dalam penampilan iklannya.

Diawali pada tahun 1998 produk kasual pakaian wanita *Surfer Girl* mulai di rintis. Konsep produk pakaian kasual wanita *Surfer Girl* diawali oleh rasa kagum terhadap aliran ombak yang memukau di Pulau Bali, sehingga bisnis ini diawali di Jalan Legian nomor 138, Kuta-Bali. Daerah jalan Legian merupakan daerah pesisir pantai yang sangat mendukung atas konsep dari produk pakaian wanita *Surfer Girl*. Target pengguna produk adalah wanita berumur 8-24 tahun.

Produk pakaian kasual wanita *Surfer Girl* itu sendiri menyajikan tema visual gaya kehidupan kawula muda wanita di pantai. Produk pakaian kasual wanita *Surfer Girl* menciptakan tokoh tiga sekawan wanita muda, dengan tokoh utama bernama *Summer*. Ciri visual wanita berambut panjang kuning dengan dua kuncir. Dalam gaya penyajian visual iklan *Surfer Girl* ditampilkan dengan visual ilustrasi kartun dua dimensi dengan gaya pewarnaan yang cerah. Dalam prosesnya Produk pakaian kasual wanita *Surfer Girl* telah melakukan promosi melalui penayangan iklan ke masyarakat luas se-Indonesia. Salah satu iklan yang menjadi perhatian khusus atas dugaan terhadap kaitanya budaya *Hippies* adalah iklan

produk pakaian kasual wanita berjudul “*Summer Holiday@Grand City Surabaya*”.

Dugaan yang menjadi permasalahan dalam pembahasan ini. Apakah konsep rasa kagum terhadap aliran ombak laut di Pulau Bali, dinyatakan dalam komunikasi visual yang mewakili gambaran kawula muda Indonesia yang modern? Atau justru dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya *Hippies*?

Melalui pemaparan analisis komunikasi *visual* dengan pendekatan interpretasi *visual* melalui bidang kajian semiotika. Diharapkan dapat mengali makna yang lebih mendalam dalam komunikasi visual iklan pakaian kasual wanita *Surfer Girl* “*Summer Holiday@Grand City Surabaya*”.

KERANGKA PEMIKIRAN

Berasal dari bahasa Yunani *semeion*, yang berarti tanda. Teori semiotika merupakan sebuah teori yang membahas tentang tanda. Berbagai tanda tersebut menyampaikan sebuah informasi sehingga bersifat komunikatif. Semiotika mampu menggantikan sesuatu yang lain, dapat dipikirkan, bahkan dibayangkan. Teori ini pada awalnya berkembang dalam lingkup bahasa, kemudian berkembang dalam wilayah desain komunikasi visual.

Menurut Yasraf A. Piliang bahwa ada kecenderungan bahwa manusia selalu berusaha untuk mengetahui sebuah arti dan memahami segala sesuatu yang ada disekelilingnya dan kemudian disebut sebagai tanda. Oleh karena itu dimungkinkan semiotika sebagai cabang keilmuan masuk dalam bagian keilmuan desain komunikasi visual (Sumbo, 2003). Dimungkinkan karena luasnya pengertian mengenai tanda dalam ilmu semiotika. Seluruh praktik sosial dianggap sebagai fenomena bahasa, oleh sebab itu seluruh fenomena tersebut termasuk desain

komunikasi visual dapat dianggap sebagai tanda-tanda.

Pakar semiotika Eropa, Ferdinand de Saussure merancang tanda sebagai kesatuan dua sisi bidang yang tak terpisahkan, yaitu bidang penanda (*signifier*) / bentuk dan bidang petanda (*signified*) / konsep atau makna. Terkait dengan piramida pertandaan ini (*sign-signifier-signified*), Saussure menekankan perlunya konvensi sosial dalam hal pemaknaan sebuah tanda melalui kesepakatan komunitas bahasa.

Di lain sisi, pakar semiotika Amerika, Charles Sanders Peirce, mengemukakan bahwa manusia hanya dapat berpikir melalui medium tanda. Manusia melakukan komunikasi selalu melalui sarana tanda. Bentuk tanda isyarat maupun gerak dalam proses komunikasi manusia. Peirce menggolongkan tanda menjadi tiga bagian, yaitu: ikon, indeks, dan simbol. Ikon merupakan tanda yang mewakili obyek aslinya, atau tanda yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan yang dimaksud. Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan dengan sebab akibat dengan sesuatu yang diwakilinya. Sedangkan simbol merupakan tanda yang memiliki konvensi, aturan, atau perjanjian yang disepakati bersama.

Bahasa melalui prakteknya merupakan sebuah pesan yang dikirim kepada penerima pesan diatur melalui perangkat konvensi atau kode (Eco, 1976). Roland Barthes sebagai penerus Ferdinand mengelompokkan kode-kode menjadi kisi-kisi kode, yaitu:

1. Kode Hermeneutik, yaitu merangkai arti dari berbagai pertanyaan atau respon yang berakhir pada sebuah pembentukan jawaban.

2. Kode Semantik, yaitu kode yang mengandung konotasi pada level penanda.
3. Kode Simbolik, yaitu kode yang berkaitan dengan psikoanalisis, antitesis, kemenduaan, pertentangan dua unsur.
4. Kode Narasi atau Proairetik, yaitu kode yang memiliki kandungan cerita, urutan, narasi atau antinarasi.
5. Kode Kebudayaan/kultural, yaitu: suara-suara yang bersifat kolektif, anonim, mitos, bawah sadar, kebijaksanaan, legenda.

Kode atau makna dalam satu bentuk maupun bentuk lainnya, menyampaikan pengalaman sebagian besar umat manusia kepada seluruh masyarakat.

Dalam pengembangan pembahasan makna yang lebih besar adalah melalui perbedaan makna denotatif dengan makna konotatif. Pierce menganggap bahwa tahap denotatif merupakan informasi data yang disampaikan hanya melalui tahapan pencatatan saja. Dilain sisi Saussure mengidentifikasi makna denotatif sebagai makna-makna yang dapat dipelajari pada fisik benda-benda.

Menurut Pierce, makna konotatif adalah tahapan yang tersirat, sedangkan Saussure menyebutnya sebagai bentuk pemaknaan yang lebih mendalam (idiologis, mitologis, teologis) yang melatari bentuk-bentuk fisik.

METODE PENELITIAN

Studi pada ulasan iklan *Surfer Girl* merupakan studi kajian terhadap visual dalam iklan tersebut, sehingga pendekatan secara metode visual interpretatif dianggap sesuai. Metode ini mencakup bidang kajian semiotika dalam analisis tingkatan makna.

Analisis semiotika yang menggunakan analisis penanda (*signifier*) - pertanda

(*signified*) ini diawali dengan membahas setiap objek visual yang ada dengan memperhatikan setiap elemen-elemen desain yang digunakan dalam iklan tersebut, kemudian melanjutkannya pada proses mencari makna dari setiap elemen dan teks yang ada.

Tingkatan makna yang akan didapat terbagi menjadi dua, yakni makna eksplisitnya (denotatif) dan makna implisit (konotatif). Makna denotatif akan dibahas dari sisi estetikanya, yaitu menarik atau tidaknya desain yang digunakan. Makna konotatif akan bercerita melalui tampilan visual, yaitu pesan yang ingin disampaikan, termasuk pesan tersembunyi (implisit/konotatif) seperti isu ideologi, lingkungan, gender, dan lain sebagainya.

Subyek dalam penelitian ini adalah iklan produk pakaian wanita *Surfer Girl* yang berada pada jalan Legian, Kuta Bali. Obyek penelitian ini adalah komunikasi atau wujud visual budaya *Hippies* yang terkandung dalam komunikasi atau wujud visual iklan produk pakaian wanita *Surfer Girl*.

Metode yang dilakukan dalam dalam tahap pertama menggunakan studi *Image Board/Mood Board*.

“ Image Boards is A collage pictures, illustrations, or brand imagery can be used to visually communicate an essential description of targeted aesthetics, style, audience, context, or other aspects of design intent.”(Martin & Hanington, 2012: 100).

Peneliti melakukan pengumpulan berbagai macam foto-foto yang terkait dengan budaya *Hippies*, seperti penggunaan dan gaya berpakaian, gaya tata rias wajah maupun rambut, serta berbagai bentuk eksplorasi terhadap media.

Setelah materi foto-foto terkumpul, peneliti melakukan penyusunan gambar-gambar sesuai dengan kategori-kategori dari bentuk visualnya. Studi *Board* digunakan untuk mendapatkan acuan awal tentang gambaran komunikasi visual budaya *Hippies*. Selain itu peneliti juga mencoba memberikan tanda pada beberapa detil komponen visual yang ada dalam iklan pakaian wanita *Surfer Girl* sebagai komponen-komponen dari subyek penelitian yang akan dijadikan target kajian dan pembahasan.

Langkah kedua adalah melakukan pendalaman informasi dari foto-foto yang ada melalui berbagai literatur cetak maupun internet untuk pengalihan informasi konotatif dalam semiotika budaya *Hippies*.

Langkah selanjutnya adalah merancang tabel perbandingan detotasi dan konotasi pada penelitian ini, lalu mencoba untuk menjabarkan arti penandaan (semiotika) visual dalam iklan pakaian wanita *Surfer Girl* berjudul "*Summer Holiday @Grand City Surabaya*".

HASIL PENELITIAN

Produk pakaian wanita *Sufergirl* mulai di rintis pada tahun 1998 di jalan Legian no 138 Bali. Situasi lingkungan sekitar pantai Kuta di Pulau Bali menjadikan inspirasi produk pakaian wanita *Surfer Girl*. Fakta di lapangan bahwa

produk-produk pakaian dan *asseories* untuk kebutuhan *surfing* hanya didominasi untuk kaum pria saja (*Blue Groove* dan *Quick Silver*). Hal ini yang menjadi peluang lahir dan diterimanya produk pakaian wanita *Surfer Girl* di Bali.

Demi mendapatkan target konsumen wanita berusia 8-16 tahun. *Surfer Girl* menciptakan sebuah cerita gaya hidup berselancar (*surfing*) dengan tokoh 3 sekawan untuk menggambarkan identitas produknya.

Ketiga karakter dalam iklan produk *Surfer Girl* adalah:

1. Summer merupakan seorang wanita berambut pirang yang sangat tergilagila dengan kegiatan berselancar. Hampir setiap pagi ia habiskan waktunya berama kedua temannya untuk berselancar di pantai.
2. Niki adalah wanita berambut pendek hitam berkilau, teman Summer yang sangat peduli sekali dengan penampilan dan gaya glamor dalam penampilannya.
3. Grinder merupakan wanita berambut panjang dengan kacamata berkilau serta kepala yang selalu terikat. Memiliki hobi sebagai seorang *skaters* sekaligus peselancar.



Gambar 1
 Dari kiri ke kanan: Summer, Nikki, and Grinder.

Dalam perkembangannya *Surfer Girl* telah melakukan berbagai kegiatan dengan tujuan sebagai pendekatan kepada para kawula muda wanita. Diantaranya kegiatan *All New Arrival*, *Big Days Out Summer Of Fun*, *Summergirl Friend to Be End*, *Summerland Adventure*, dan kegiatan lainnya.

Dalam upaya analisa lebih mendalam terhadap visual iklan *Surfer Girl* yang berjudul "*Summer Holiday @Grand City Surabaya*". Terdapat beberapa hasil penelitian awal yang dapat dibahas lebih lanjut melalui pendekatan semiotika pada tingkat denotatif dan konotatif. Bagian-bagian dalam unsur visual pada iklan yang menjadi poin pembahasan ciri khas kaum *Hippies* adalah:

1. Penggunaan ciri khas warna dan tipografi (tata huruf/teks).
2. Tren jenis armada transportasi.
3. Tata rias rambut .
4. Lambang visual bunga.
5. Suasana lokasi pantai .

Dari kelima poin tersebut merupakan bagian-bagian yang menjadi temuan yang dianggap sebagai hasil penelitian dalam analisa iklan *Surfer Girl* yang berjudul "*Summer Holiday @Grand City Surabaya*". Bagian-bagian tersebut yang dianggap muncul sebagai perwakilan dari aspirasi kaum hippies yang akan di bahas pada pembahasan lebih lanjut. Penentuan bentuk pengiriman pesan komunikasi yang dikirim kepada penerima pesan berupa kode, yaitu kode kebudayaan/kultural.



Gambar 2

Tampilan iklan *Surfer Girl* “*Summer Holiday @Grand City Surabaya*” (Sumber: www.surfergirl.com)

PEMBAHASAN

Sehubungan dengan hasil penelitian terdapat lima bagian unsur visual yang menjadi bagian pembahasan lebih lanjut.

Lima bagian tersebut yang dianggap memiliki kesamaan-kesamaan dengan budaya kaum *Hippies*.

1. Penggunaan ciri khas warna dan tipografi

Subyek	Denotasi	Konotasi
	Warna cerah & bentuk huruf sebagai bentuk ekspresi keceriaan	Warna cerah & bentuk huruf sebagai perwakilan identitas selera <i>Psychedelic Art</i> .

Dalam iklan *Surfer Girl* “*Summer Holiday @Grand City Surabaya*”. Ditampilkan dengan warna-warna yang cerah dan cenderung mencolok pada salah satu bagian memiliki perwakilan arti tersendiri secara denotatif dan konotatif. Secara denotatif penggunaan warna-warna mencolok memiliki tanggapan secara umum warna-warna cerah cenderung mencolok merupakan arti dari perwakilan sifat keceriaan bagi kawula muda. Dimana masa-masa perkembangan dan keadaan labil dapat diwakili oleh warna-warna cerah cenderung mencolok. Secara konotatif warna-warna cerah justru mewakili para kaum hippies yang umumnya berprofesi

sebagai seniman yang dikenal dengan nama *Psychedelic Art*. *Psychedelic* berasal dari nama *Psychodelia* yang merupakan nama dari sub budaya kalangan pengguna obat psikotropika, *Lysergic Acid Diethylamide* (LSD). Kalangan *Hippies* pengguna LSD sebagian besar dari kalangan musisi musik *rock* dan seniman. *Psychedelic Art* di hasilkan melalui pengalaman alam bawah sadar dari para pengguna LSD yang berdampak pada pandangan halusinasi yang sangat distorsi terhadap visual yang terlihat. Termasuk dalam pandangan terhadap susunan warna yang ada akan terlihat cerah mencolok. Psikolog terkemuka dari Inggris Humphry Osmond memberikan arti

Psychedelic Art dengan istilah seni “*mind manifesting*” (penampakan halusinasi). Salah satu bentuk yang dapat dijadikan contoh penggunaan warna yang cerah mencolok adalah poster karya Peter Max dengan judul “*The Different Drummer*” (anonim, 2015). Para seniman *Psychedelic* yang terkemuka diantaranya yaitu: Rick Griffin, Victor Moscoso, Stanley Mouse, dan lainnya.

Selain itu dalam penerapan penataan huruf (tipografi) pada iklan *Surfer Girl* “*Summer Holiday @Grand City Surabaya*”. Secara denotasi memberikan arti bagi masyarakat umum perwujudan dari karakter dan rasa gembira yang luar biasa. Karakter tersebut dapat dilihat dalam iklan *Surfer Girl* melalui bentuk-bentuk anatomi huruf besar-kecil tidak beraturan, cenderung bentuk huruf terlihat bergelombang.

Secara konotasi bentuk huruf besar-kecil tidak beraturan justru menunjukkan sebuah ciri khas dampak distorsi visual dalam penglihatannya akibat dari penggunaan LSD. Bentuk-bentuk distorsi

dan warna-warna cerah mencolok sebagai bentuk dampak halusinasi penggunaan LSD sengaja diperlihatkan oleh kaum *Hippies* sebagai identitas kaumnya. Bentuk huruf besar kecil dan tidak beraturan memiliki karakter lentur dan tidak kaku. Hal ini menunjukkan bahwa kaum *Hippies* adalah kawula muda yang fleksibel dan tidak kaku serta keras seperti para kaum mapan yang ada pada saat itu.



Gambar 3. Salah satu poster konser musik bergaya *psychedelic art* karya Victor Moscoso.

2. Tren Jenis Kendaraan Transportasi

Subyek	Denotasi	Konotasi
	<p>Mobil <i>Volkwagon</i> merupakan tren citra kawula muda tahun 60'an</p>	<p>Mobil <i>Volkwagon</i> merupakan bentuk pencitraan hidup nomaden.</p>

Dalam aktivitas kegiatan kawula muda umumnya menggunakan kendaraan transportasi sebagai media kebutuhan transportasi maupun bentuk simbolis gaya tren kawula muda. Jika kita menelaah kembali pada tahun 60'an Kendaraan roda empat dengan merek *Volkwagon Combi* menjadi identik dengan pengguna

mayoritasnya di Amerika, yaitu para kaum *Hippies*. Mobil dengan bentuk dan kapasitas besar yang diperkirakan dapat mengangkut lebih dari 10 orang didalamnya. Jika kita melihat secara denotatif, pada awalnya kaum *Hippies* menggunakan mobil berukuran besar atau truk di Amerika untuk mobilitas aktivitas mereka, salah satu

aktivitas utamanya waktu itu adalah mengadakan berbagai event kegiatan aktivitas *Hippies* untuk menentang kemapanan, salah satunya “*Summer of Love 1967*”(Grunenberg et al, 2005). Penggunaan mobil berukuran besar dianggap sebagai kendaraan yang sangat efisien dalam melakukan mobiltas kegiatan. Pada akhirnya penggunaan mobil besar/truk bergeser menjadi penggunaan *Volkwagon Combi*, yang memiliki kapasitas cukup besar. Kaum hippies dalam aktivitasnya menyukai kehidupan berpindah-pindah (nomaden) sehingga mobil *Volkwagon Combi* dianggap mewakili aktivitas mereka.

Secara konotasi, penggunaan mobil *Volkwagon Combi* tidak saja sebagai perwakilan identitas diri kaum *Hippies* saja. Jika lihat melalui latar belakangnya, kaum hippies di pelopori pada awalnya di negara Jerman dengan nama *Wandervogel*, selain itu negara Jerman juga sangat mencintai dan membanggakan barang-barang

produksi dalam negerinya, salah-satunya yang menjadi kebanggan dan simbol jati diri negara Jerman adalah merek *Volkwagon*. Tentunya perkembangan budaya *Hippies* yang berkembang hingga daratan Amerika Serikat (USA), terkait sekaligus dengan pemilihan mobil *Volkwagon Combi* sebagai identitas kendaraan kaum *Hippies*.



Gambar 04:
Volkwagon Combi menjadi tren armada kaum hippies di Amerika era tahun 60an
(Sumber: www.fineart-america.com)

3. Tata Rias Gaya Penampilan Rambut

Subyek	Denotasi	Konotasi
	<p>Tata rambut bagi wanita sebagai bentuk ekspresi kecantikan dimasa tersebut.</p>	<p>Tata rambut bagi wanita & pria merupakan bentuk ekspresi perlawanan terhadap bentuk penampilan sebuah kemapanan.</p>

Selain armada penampilan diri menjadi perhatian penting dalam tren kawula muda. Salah satunya dalam penataan model rambut. Di masa tahun 60'an model penataan rambut kawula muda khususnya wanita. Menampilkan rambut terurai panjang dengan belahan rambut ditengah menggunakan asesoris ikat kepala dengan berbagai macam bahan, salah satunya untaian bunga.

Secara denotatif perwujudan penataan rambut kawula muda hippies merupakan

sebuah bentuk penampilan gaya tata rias yang umum dilakukan oleh para wanita dalam mempercantik penampilan diri mereka. Salah satunya melalui penataan rambut.

Secara konotatif memanjangkan rambut bagi kaum *Hippies* baik pria maupun wanita memiliki sebuah nilai tersendiri. Khususnya bagi pria membiarkan rambut mereka tumbuh panjang dan mereka menganggap hal tersebut sebagai sesuatu yang

menyenangkan dan merupakan bagian dari komunitas “*Musical Hair*”.

"There was so much excitement in the streets and the parks and the hippie areas, and we thought 'If we could transmit this excitement to the stage it would be wonderful....' We hung out with them and went to their Be-Ins [and] let our hair grow. It was very important historically, and if we hadn't written it, there'd not be any examples. You could read about it and see film clips, but you'd never experience it. We thought, 'This is happening in the streets,' and we wanted to bring it to the stage.'" James Rado (Shella, 2012).

Memanjangkan rambut khususnya bagi pria dianggap sebagai identitas bagi para musisi maupun pengagum musik rock, yang mana gaya musik tersebut merupakan

ciri khas dari kaum *Hippies*. Berambut panjang, bagi para pria kaum *Hippies* merupakan bentuk penolakan terhadap kemapanan yang di tampilkan dalam figur model rambut pendek. Model rambut seperti penjelasan di atas dapat ditemukan dalam penampilan Summer, Nikki, dan Grinder dalam iklan *Surfer Girl* “*Summer Holiday @Grand City Surabaya*”.



Gambar 5.

Memelihara rambut hingga panjang terurai serta menggunakan asesoris ikat kepala merupakan model penataan rambut di era hippies tahun 60’an

4. Lambang visual bunga sebagai ‘tanda’ perwakilan kaum *Hippies*.

Subyek	Denotasi	Konotasi
	<p>Bunga sebagai bentuk simbol femininitas seorang wanita muda.</p>	<p>Bunga sebagai bentuk ekspresi ajakan untuk perdamaian.</p>

Protes terhadap pemerintah Amerika terhadap negara Vietnam yang memperlakukan militerisme di kota Pentagon Amerika tahun 60’an. Dilakukan oleh berbagai kalangan kawula muda, salah satunya kelompok *Hippies*. Mereka menolak berbagai bentuk kekerasan yang dilakukan oleh militer Amerika atas konflik di negara Vietnam.

Kaum *Hippies* mengedepankan kedamaian dalam protesnya. Mereka

memberikan bunga disaat protes kepada barisan tentara yang menghadang para demonstran pada saat itu. Pada akhirnya bunga digunakan sebagai salah-satu asesoris, bahkan dalam seni *visual layout* kaum hippies. Bunga menjadi identik dengan konsep kedamaian bagi kaum *Hippies*.



Gambar 6.

Salah seorang demonstran kaum muda *Hippies* memberikan sebatang bunga kepada seseorang tentara dalam barisan brikade. (sumber: *historicus mc*)

Secara denotatif lambang visual bunga dalam iklan *Surfer Girl "Summer Holiday @Grand City Surabaya"*. Dianggap sebagai bagian dari simbol kewanitaan yang ada dan dipahami oleh sebagian besar masyarakat. Secara konotatif sebaliknya lambang visual bunga dianggap sebagai bentuk komunikasi non verbal yang menyatakan sebuah ajakan untuk perdamaian. Dikutip melalui lirik lagu John Phillips dengan judul "*San Fransisco*", yaitu,

"If you're going to San Francisco, be sure to wear some flowers in your hair", inspired thousands of young people from all over the world to travel to San Francisco, sometimes wearing flowers in their hair and distributing flowers to passersby, earning them the name, "Flower Children"

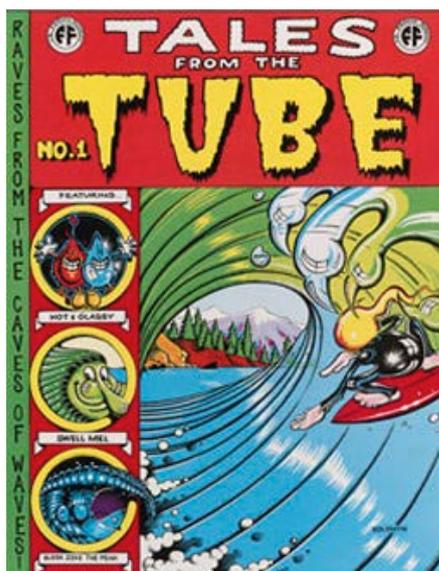
Bunga menjadi sebuah pernyataan bagaimana perasaan kasih dan saling mencintai melalui perdamaian, terungkap melalui simbol bunga. Hal itu yang menjadi inspirasi konsep dari " Bunga " bagi kaum *Hippies*. Pada akhirnya

bersama-sama telah diungkapkan, bahwa di balik konsep keceriaan kawula muda wanita yang di ditampilkan dalam iklan *Surfer Girl "Summer Holiday @Grand City Surabaya"* yaitu komunikasi visual budaya *Hippies*.

5. Citra pantai sebagai salah satu ciri khas aktivitas kegemaran kaum *Hippies*

Subyek	Denotasi	Konotasi
	Pantai & surfing sebagai bentuk olahraga menantang bagi kaum muda.	Pantai & surfing sebagai bentuk selera dari kaum <i>Psychedelic Art</i> .

Sebagian besar kaum *Hippies* yang menjadi artis *psychedelic* gemar melakukan kegiatan olah-raga *surfing* di pantai. Kegiatan *surfing* dianggap sebagai sesuatu aktivitas yang menantang dan menjadi citra gaya hidup gaya hidup kaum *hippies* pria di jamannya. Hempasan ombak laut menjadikan inspirasi menuangkan garis-garis meliuk bagaikan ombak pada karya-karya seni *psychedelic*. Salah satunya yang bisa terlihat adalah edisi perdana komik "*Tales from Tubes*", diaman Rick Griffin sebagai penata seni *visual cover* majalah tersebut.



Gambar 7.

Salah karya seni *psychedelic* ala Rick Griffin dalam sampul komik “*Tales from The Tubes*”. (sumber: www.clubofthewaves.co)

Pada iklan “*Summer Holiday @Grand City Surabaya*” visual pantai muncul sebagai latar yang muncul mendukung suasana cerita dalam iklan yang menggambarkan keceriaan para kawula muda.

KESIMPULAN

Komunikasi visual budaya kaum *Hippies* yang menjadi bahan telaah utama dalam naskah ini berujung pada dua pandangan, baik positif maupun negatif, yaitu: Dalam pandangan positif terhadap budaya *Hippies* adalah konsep perdamaian yang ditawarkan melalui ‘tanda’ bunga

tetap menjadi sebuah hal yang utama. Konsep perdamaian menjadi obat penawar terhadap berbagai konflik-konflik sosial yang saat ini memanas. Konsep perdamaian ini tentunya akan sangat mudah diterima dalam komunikasi visual iklan produk *surfergirl* yang secara tidak langsung di ciptakan oleh tokoh *Summer* dan rekan-rekannya. Hidup dengan penuh keceriaan dan rasa percaya diri akan tetap menjadi pilihan favorit bagi kawula muda khususnya di Indonesia melalui jalan atas komunikasi visual iklan *Surfer Girl* “*Summer Holiday @Grand City Surabaya*”.

Dalam pandangan negatif budaya atas *Hippies* yang tersembunyi dibalik komunikasi visual iklan *surfergirl* sekaligus membawa unsur-unsur budaya *hippies* yang bertentangan terhadap norma-norma budaya lokal yang ada di Indonesia. Legalitas atas penggunaan narkoba dan hidup seks bebas yang menjadi bagian atas budaya *Hippies* dikhawatirkan berpengaruh dalam proses komunikasi visual iklan *Surfer Girl*.

Tentunya telaah atas iklan *Surfer Girl* “*Summer Holiday @Grand City Surabaya*” dan juga tema lainnya dapat di telaah lebih mendalam pada proses pengembangan naskah berikutnya. Persamaan maupun perbedaan pandangan dalam pembahasan ini dapat menjadi sebuah bahan diskusi yang lebih mendalam tersendiri diluar penjabaran naskah ini.

DAFTAR PUSTAKA

Eco, Umberto, (1976), *A Theory of Semiotic*. Bloomington, Indiana University Press.

Ferdinand, De Saussure., (1995), *Pengantar Linguistik Umum*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

Grunenberg, Christoph; Harris, Jonathan (2005), *Summer of Love: Psychedelic Art, Social Crisis and Counterculture in the 1960s*, Liverpool University Press

Martin, Bella., Hanington Bruce., (2012), *Universal Methods of Design*, Beverly, Rockport.

Pierce, Charles Sanders (1995), *Handbook Of Semiotics*. Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis.

Piliang, Yasraf. A., (2003), *Hipersemiotika Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*, Jalasutra , Yogyakarta.

Riser, George., (1998), *The Psychedelic '60s: Literaty Tradition and Social Change*, Special Collection Departement. Univ of Virginia.

Sorbelli, Silvia., (2008), *Psycedelic Art & Kitsch: A Case Study*, CUJAH, University of Concordia-Canada.

Stone, Skip., (2000), *The Way of The Hippy*, Hip Inc.

Walpole, Andy (2004), *Hippies, Freaks and the Summer of Love, Harold Hill: A People's History*, haroldhill.org, retrieved 2008-01-21.

Weller, Sheila (2012). "*Suddenly That Summer*". *Vanity Fair*.

Retrieved September 28, 2012.

Sumber Internet

Anonim., (2015), *A universe of inspiration*, online

<http://www.startalkradio.net/show/a-universe-of-inspiration-repeat/>

Bowen, Michael., (2002), *Perception Art*, San Fransisco, Online
<http://art.percepticon.com/bowen/catalog/>

Cox, S(2013), "*A Brief of History Hippies*". Interest.com. Online: <http://all-that-is-interest.com/a-brief-history-of-hippies/2>.