

STUDI LOGO *EVENT* (ACARA) DI DAERAH (KAJIAN IKONOGRAFI: STUDI KASUS LOGO KARYA Z. HANAFI DI SUMATERA BARAT)

Arif Budiman

Institut Seni Budaya Indonesia Aceh
Jln. Transmigrasi, Gampong Bukit Meusara, Kec. Kota Jantho, Kab. Aceh Besar, Aceh
arifbudiman515@gmail.com

Received : Agustus 2017

Accepted : September 2017

Published : Oktober 2017

Abstrak

Logo Event menjadi medium seni untuk mengungkapkan citra sebuah perhelatan/acara. Lewat elemen garis, bentuk, warna, huruf yang dikomposisikan terpadu, menjadikan logo sebagai bahasa ungkapan simbolik, untuk menegaskan sebuah identitas daerah dengan keragaman nilai-nilai kearifan lokal yang dimiliki. Sumatera Barat yang masuk dalam kebudayaan Minangkabau punya konsep sendiri bagaimana manusia kreatif di dalamnya menyampaikan pesan tersebut. Lewat karya logo yang khas, menjadi upaya pemenuhan kebutuhan estetis masyarakat untuk berpartisipasi terhadap perhelatan/acara yang diselenggarakan. Teori ikonografi dan ikonologi mengungkapkan makna yang ingin dihadirkan pada logo tersebut ditinjau dari aspek estetik dan maksud di balik perancangannya. Zainul Hanafi diantara desainer daerah yang tekun di bidang desain grafis. Hanafi mengartikan logo *event* (acara) di daerah harus memiliki konsep keterwakilan masing-masing pihak. Keterwakilan itu membuat munculnya penggunaan warna dan bentuk yang beragam, saling tumpang tindih, ikon-ikon yang ramai dan meriah. Walaupun masifnya kemunculan logo-logo dengan bentuk yang lebih sederhana. Sungguh suatu keberagaman yang sah.

Kata kunci: *logo, simbolik, kearifan lokal, estetis*

Abstract

Logo's event become an art medium to express an image of event. From elements of line, shape, colour, and typography which are composed unified, makes logo as a symbolic language. Logo can emphasize an identity of particular region from the diversity of local wisdom. West Sumatra which is in Minangkabau culture territory has its own concept on how human creativity reveal the messages. By a unique logo, it fulfills the aesthetic needs of society that interact people to participate the event. Theory of Iconography and Iconology reveal the meaning of logo from aesthetic aspect and aim behind the design. Zainul Hanafi is one of designer from West Sumatra that concern in graphic design. Hanafi means logo's event in specific region must have a concept that representate the importance of each stakeholder. The representation emerge the uses of diverse colours and shapes. Overlaps, crowded icons and rousing. Although there are many logo with more simple shapes, actually it is a valid diversity.

Keywords: *logo, symbolic, local wisdom, aesthetic*

1. PENDAHULUAN

Logo menjadi simbol atas sebuah identitas. Lewat logo terdapat konsep, nilai, ideologi, yang menjadi cerminan jati diri pada otoritas apakah itu negara, perusahaan, organisasi atau pun event dari sebuah perhelatan akbar. Suatu logo yang ideal, secara keseluruhan merupakan suatu instrumen rasa harga diri dan nilai-nilai yang mampu mewujudkan citra positif dan bonafiditas yang disimbolisasikan dan direpresentasikan secara utuh dan total, bahwa logo tersebut mengandung arti atau makna suatu “kebijakan berfikir” dan maksud tertentu [1].

Logo sudah menjadi tanda sejak zaman dahulu. Ia disebut simbol atau lambang yang berfungsi secara denotatif mewakili sebuah lembaga, komunitas atau kelompok. Menurut banyak literatur, logo menampilkan keterkenalannya sejak zaman Kekaisaran Romawi (27 SM-476), bermula dari diciptakannya identitas nasional pertama dengan tulisan ‘SPQR’ singkatan dari Senatus Populusque Romanus yang artinya Senat dan Rakyat Roma, dan diterapkan aplikasinya pada koin, literatur politik, legal, sejarah, pada monumen dan lain sebagainya [2].

Dalam tulisan Didit Widyatmoko “Tentang Logo” [3] diungkap bahwa pada abad ke XXII, logo yang berupa tanda atau inisial perajin, juga sudah ditorehkan pada gerabah, semacam kendi dan mangkuk, juga dilukiskan pada benda-benda porselen, semuanya dengan tujuan untuk menunjukkan identitas produsen dan jaminan kualitas produk. Pada abad yang sama juga pembuat roti di Inggris menandai rotinya dengan suatu bentuk, yang dapat membuat konsumennya mengidentifikasi sehingga apabila sesuai selera mereka akan membeli lagi roti dengan tanda yang dimaksud. Logo sebagai simbol juga diaplikasikan ke dalam karya seni, grafikus Jerman, Albrecht Dürer memberikan “logo” berupa inisial namanya pada semua karyanya, merupakan “hallmark” untuk kualitas terbaik dalam bidang seni rupa.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi serta kebutuhan ekonomi pun dominasi gaya hidup, logo mengalir sampai jauh. Apa-apa yang berkaitan dengan identitas berupa tampak visual bisa saja diklaim sebagai

simbol. Baik berupa tulisan nama, yang didesain sedemikian rupa dengan teknik *lettering* atau aksara bisa disebut *logotype*. Demikian juga dengan *Logogram* sebuah simbol tulisan yang mewakili sebuah kata/makna yang berfungsi untuk mempersingkat penulisan sebuah kata, contoh &, @, \$. Pun *Signature* yang bermakna tanda tangan, karakteristik. Tanda, ciri khusus yang diterapkan pada sebuah objek [2].

Logo pun mempunyai pola *archetype* dengan karakteristik khas, sehingga memiliki gaya dan kategori yang bisa dikelompokkan menurut ciri-ciri spesifik-nya [4]. Banyaknya ragam istilah tersebut merujuk pada “pengkodean identitas” sehingga memberikan pemahaman bahwa, apapun yang disimbolisasi (dengan proses mendesain) yang menciptakan wujud atau rupa (baik berupa garis, bentuk, warna, ilustrasi, huruf) yang diorganisasi/ dikomposisi dan memiliki konsep tertentu, bisa disebut logo.

Kendati pembicaraan tentang logo di banyak sumber referensi lebih pada lambang perusahaan (*corporate identity*) yang berimplikasi pada peningkatan nilai ekonomis, logo tidak hanya membahas persoalan itu. Logo pada sebuah *event* (acara) menjadi penting untuk mencitrakan dan menunjukkan identitas dari *event* yang dilaksanakan. Kendati masa penggunaannya hanya sesaat, tetapi kemunculan logo *event* ini mampu memberikan (peningkatan) semangat.

Tak hanya itu, biasanya logo pada *event-event* mengusung isu-isu terkini dan itu tampak pada perupaannya. Seperti logo perhelatan olahraga, contohnya logo Olimpiade yang diperkenalkan pada tahun 1912 divisualisasikan dengan ikon lima buah cincin berbeda warna yang saling berkait dan merupakan representasi kesatuan dari lima benua yang ada di bumi (Amerika, Afrika, Asia, Australia dan Eropa). Warna-warna ini dipilih karena setiap negara setidaknya memiliki satu dari warna-warna tersebut dalam bendera nasionalnya. Bendera ini diadopsi pada tahun 1914 tetapi baru dikibarkan pertama kali dalam Olimpiade Antwerpen 1920 di Belgia. Setelah itu, bendera ini selalu berkibar dalam perayaan Olimpiade setiap tahunnya didamping logo pendamping dari negara penyelenggara.

Demikian juga ketika melihat logo-logo *event* skala lokal/daerah juga tak luput dari misi-misi tertentu yang menjadi lambang supremasi keunggulan daerah penyelenggara. Studi-studi lintas ilmu seperti antropologi, sosiologi, psikologi dan ilmu-ilmu lain yang terkait ikut memberikan sumbangan lahirnya desain logo yang khas dan mengandung cita rasa lokal itu sendiri. Banyak desainer dan seniman yang memperhatikan cita rasa lokal dalam merancang logo event. Salah satu contohnya adalah Z. Hanafi, seorang desainer yang konsisten berkarya dalam penciptaan beragam logo *event-event* di Minangkabau - Sumatera Barat.

Dengan segala upaya dan keterbatasan, Z Hanafi berupaya merancang logo *event* yang bercirikan daerah, mengusung semangat kedaerahan serta mewakili kepentingan beragam pemangku kepentingan (*stakeholders*). Logonya pun tidak sekedar mengolah perangkat visual, atau *software-software* desain grafis, tetapi ada usaha untuk mengejar pemaknaan yang historis dari tiap ikon yang dimunculkan. Apakah logonya memiliki makna tertentu serta bagaimana proses perancangan dan pencarian ide dilakukan Z. Hanafi akan diungkap pada artikel penelitian ini.

2. PROFIL Z. HANAFI

Zainul Hanafi (Gambar 1) lahir di Minangkabau, tepatnya di Kayu Tanam, pada 21 Juli 1951. Ia sejak kecil sebatangkara. Tidak bersulung dan tidak berbungsu. Ketunggalannya menjadikan Hanafi tegar, terlebih sejak kecil sudah yatim. Kesendirian ini yang membuat guru kreatif bidang seni rupa versi Walikota Padang tahun 2012 ini ingin dikenal orang, karena jika ia dikenal, tentu akan banyak yang menjadi temannya/saudara.

Zainul Hanafi—biasa disapa Hanafi—menamatkan pendidikan sekolah menengah di Sekolah Seni Rupa Indonesia (SSRI) di Kelenteng 319 Padang. Di SSRI tersebut Hanafi mengasah keterampilan dan mempertajam daya estetika. SSRI merupakan sekolah menengah seni pertama di Sumatera yang berdiri pada tahun 1965. SSRI model ini hanya ada di Bali, Yogyakarta dan Padang [5]. Sejak sekolah Hanafi selalu berprestasi. Hanafi adalah sosok yang kreatif dan rajin. Karya seninya bagus selalu menjadi panutan bagi kawan-kawannya. Sampai ia diangkat menjadi guru pun sifat rajin,

kreatif dan inovatif terhadap lembaga (sekolah) tak henti menginspirasi banyak orang. Demikian juga dengan karya-karya logonya yang monumental selalu menginspirasi banyak orang. Sampai Hanafi pensiun pun, sifat tersebut tak luntur¹.



Gambar 1. Foto Zainul Hanafi setelah meluncurkan logo Porprov 2012 [Sumber: Koleksi Zainul Hanafi]

Pada Harien Haluan (1974), terdokumentasikan testimonial sebagai pengakuan atas bakat Hanafi. Berikut adalah kutipannya :

“Nurhajati dan Z. Hanafi (kelas III di jurusan seni patung), mereka ini kader seniman seniman Seni Rupa yang diharapkan akan mengembangkan dunia seni Umumnya di daerah Sumatra ini” [6].

Setelah tamat dari SSRI selama empat tahun, ia tidak langsung diangkat menjadi guru. Hanafi *merantau*² dulu ke Pekanbaru dan Batam. Di Pekanbaru dan Batam Hanafi bekerja sebagai

¹ Wawancara dengan Agus Mawarti, melalui telpon, 12 November 2014

² Merantau, dimana anak muda yang sudah baliq – dewasa, meninggalkan rumah untuk memperkuat – mencari jati dirinya, memperdalam ilmu atau ada juga yang mencari tanah rezeki yang lainya di luar negeri asalnya. Tradisi merantau sebagai *local wisdom* ini mampu menjadikan dirinya (orang yang merantau) menjadi pemimpin (kuat) di luar daerahnya asalnya sendiri, karena kepandaian untuk menyesuaikan diri dengan daerah baru yang dijajalnya. Tradisi ini telah berlangsung dalam rentang waktu yang sangat panjang. Menurut sejarawah Taufik Abdullah, tradisi merantau kaum laki-laki sebagai kunci keterbukaan dan dinamisme Minangkabau. Sehingga mendorong timbulnya “ritme sejarah menspiral” yang membuat orang Minangkabau terbuka pada gagasan-gagasan asing. (*Ulasan tulisan Taufik Abdullah, Pengantar buku Sengketa Tiada Putus ditulis Jeffry Header, 2010*)

tukang reklame, membuat pesanan karya grafis. Setelah itu Hanafi kembali ke Padang atas permintaan Hasnul Kabri, pendiri dan pengasuh SSRI. Bapak lima anak ini kemudian diminta untuk menjadi guru di sekolah asalnya. Syukurnya Hanafi diberikan beasiswa ke Yogyakarta untuk belajar lagi.

Skill Hanafi ditempa di Pusat Pengembangan, Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan (P4TK) Seni dan Budaya di kawasan Kaliurang Km 12,5 di Yogyakarta. Sedangkan naluri ke-guru-annya terbentuk di Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) sekarang Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) tahun 1980-an. Jadi Hanafi mengantongi dua ijazah. Satu untuk keterampilan dan satu kependidikan. Inilah hal *fundamental* yang diperoleh Hanafi untuk terjun ke dunia seni rupa dan desain.

Hanafi yang mulai berkarya awal tahun 80-an ini memulai debutnya di seni patung. Ia membuat replika prasasti kerajaan Pagaruyung di Batusangkar yaitu *Batu Basurek* dan *Batu Batikam* yang dikoleksi Museum Nagari Adityawarman di Padang.

Dominasi karya-karyanya mulai nampak sejak tahun 2000-an. Hanafi memenangkan serangkaian sayembara³. Beberapa karyanya yang menang dalam sayembara adalah; logo acara Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) tingkat provinsi di Batusangkar (2001), Sawahlunto Sijunjung (2003), Pariaman (2004), Payakumbuh (2007), Pasaman (2008). Pun MTQ Mahasiswa Nasional di Padang 2014. Lomba seni membaca Al Qur'an ini menjadi salah satu acara bergengsi di kalangan masyarakat Minang, karena agama menjadi dasar bagi adat Minangkabau untuk menjalani kehidupan.

Kemudian logo dan maskot untuk Pekan Olahraga Daerah (PORDA) sekarang Porprov di Painan (2001), Solok (2003), Sawahlunto & Sijunjung (2006), Lima puluh kota (2012), Dharmasraya (2014). Termasuk Lambang daerah baru (pemekaran) di Sumatera Barat

seperti di Kab. Kepulauan Mentawai (2001), Kab. Dharmasraya (2004) dan, Kab. Solok Selatan (2005) mendapat sentuhan artistik Hanafi. Kita dapat mengamati karya-karya logo Hanafi pada gambar 2.



Gambar 2. Logo-logo Karya Zainul Hanafi
[Sumber: Koleksi Zainul Hanafi]

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data yang mendekati kecenderungan yang diharapkan. Data yang dikumpulkan berupa ungkapan visual (logo-logo) yang mendekati unsur kedaerahan. Disamping menggunakan studi literatur dan wawancara.

Teori yang digunakan ikonografi dan ikonologi yang dijelaskan oleh Erwin Panofsky. Panofsky mengklaim bahwa ikonografi bersifat deskriptif dan *classificatory*, sedangkan ikonologi bersifat identifikasi. Panofsky dalam buku *Meaning in the Visual Art* [7] menjelaskan tiga pemaknaan karya seni. Pertama, deskripsi pra-ikonografis menangkap pemaknaan pertama (primer) suatu karya seni dengan mengidentifikasi bentuk-bentuk yang masih murni seperti konfigurasi garis, warna. Bentuk-bentuk itu dianggap sebagai representasi suatu obyek alamiah. Kedua, tahap untuk mengidentifikasi makna sekunder terhadap aspek representasi, baik metafora maupun alegori, yaitu cerita yang dikisahkan dalam bentuk lambang-lambang, dengan melihat hubungan antara motif sebuah karya seni dengan unsur, konsep atau makna yang terkait dengan peristiwa yang diangkat oleh sebuah gambar. Menjelaskan pemaknaan karya seni dari sumber-sumber literatur. Ketiga, interpretasi ikonologis adalah

³ Sayembara atau lomba di Sumatera Barat menjadi tolak ukur mendasar layak atau tidaknya karya seseorang dipergunakan atau ditampilkan kepada publik. Maka ia harus diuji dulu ke dalam gelanggang. Inilah cara *fair play* dilakukan hampir di seluruh acara terutama yang dibiayai oleh pemerintah. Keterlibatan publik sangat diharapkan.

cara memahami karya seni melalui penetapan makna isinya dengan menyingkap prinsip-prinsip yang terkandung di dalamnya. Makna ini dikaitkan dengan bagian dari mentalitas dasar budaya yang memanifestasikan budaya yang lain (ilmu pengetahuan, agama, filsafat, ideologi) karena karya seni merupakan simtom zamannya (*zeitgeist*).

atribut-atribut yang akurat terdapat objek seni yang sedang diamati. Demikian pula dengan ikonologi lebih pada aspek cara pandang melihat realitas sebuah karya seni dari berbagai perspektif pengetahuan sehingga pemahaman terhadap karya seni itu lebih luas dan dalam.

Jadi syarat mutlak dari ikonografi ini adalah identifikasi personifikasi-personifikasi dan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Logo Pekan Olahraga Daerah (PORDA) ke VIII Sumatera Barat di Kab. Pesisir Selatan Tahun 2002



Gambar 3. Logo PORDA VIII Sumatera Barat 2002 “Ikan Cucut” Karya Zainul Hanafi (Sumber: Koleksi Zainul Hanafi)

Tabel 1. Rangkuman Ikonografi Ikonologi Logo PORDA VIII Sumatera Barat 2002 “Ikan Cucut” Karya Zainul Hanafi

Praikonografis		Ikonografis	Ikonologis
Deskripsi	Formalis	Inteprestasi	Evaluasi
<p>Garis: terdiri dari susunan garis lengkung dan bulat.</p> <p>Huruf: <i>Serif</i> jenis <i>bookman</i>.</p> <p>Warna: orange, kuning, biru, hitam, merah.</p> <p>Tata letak: menggunakan prinsip keseimbangan simetris dengan posisi center.</p>	<p>Isi gambar: ikan <i>Cucut</i> dan api berkobar.</p> <p>Bentuk: sepasang (dwtunggal).</p> <p>Posisi: ikan dinamis, lentur. Api statis.</p> <p>Teks: “PORDA VIII SUMATERA BARAT” bagian atas. “PESISIR SELATAN 2002” bagian bawah dengan posisi keseluruhan dinamis.</p>	<p>Unsur: <i>local activity</i> yang menampilkan fauna. Api berkobar sebagai unsur semangat.</p> <p>Ikan <i>cucut</i> adalah ikan khas yang hidup di perairan pantai barat sumatera (pesisir selatan) menyimbolkan kehidupan yang dinamis dan jatidiri/<i>identity</i>. “<i>Jadilah seperti ikan di lautan, walau hidup di air asin (bergaran) tetapi ketika dimasak tidak menjadi ikan asin.</i>”</p> <p>Api berkobar, sebagai simbol semangat yang membara untuk berjuang mencapai prestasi terbaik.</p> <p>Bentuk bulat mengartikan simbol musyawarah dan mufakat.</p>	<p>Motif Budaya.</p> <p>Atribut sumber daya alam biota laut.</p> <p>Logo ini menampilkan identitas mata pencarian masyarakat lokal (Kab. Pesisir Selatan) yaitu melaut karena daerah ini berada di garis pantai barat sumatera. Ikan cucut atau hiu menjadi ikan yang khas, karena paling banyak di perairan sumatra. Ini menyiratkan akan kayanya daerah ini dengan hasil laut. Artinya Sumatera Barat tidak saja dikenal dengan daerah dataran tingginya (pegunungan, perbukitan, lembah, sungai) tetapi juga daerah pesisirnya. Menjadikan wilayah kebudayaan Minangkabau ini sangat kaya dan lengkap.</p>

Logo PORDA VIII Sumatera Barat 2002 “Ikan Cucut” (Gambar 3) menjelaskan tentang *local activity* dari masyarakat pesisir. Dua ikan Cucut yang saling atraktif melompat dijadikan ikon (Gambar 4) dari sebuah pesta olahraga di kabupaten Pesisir Selatan. Kabupaten Pesisir Selatan (Pessel) merupakan daerah yang berada di Pesisir Barat Pantai Sumatera dan penghasil ikan terbesar di Sumatera Barat [8].



Gambar 4. “Ikan Cucut” sebagai Maskot PORDA VIII Sumatera Barat 2002 [Sumber: Koleksi Zainul Hanafi]]

Objek ikan digambarkan secara figuratif, mengambil bentuk sesuai dengan bentuk aslinya atau mimesis (tiruan). Untuk dapat mengenalinya dengan mudah, diperjelas dengan mulutnya yang runcing. Sebagai logo olahraga simbol semangat digambarkan dengan bentuk api obor yang menyala. Masih mencoba meniru bentuk aslinya. Plato menyebut ini bentuk-bentuk relatif, ialah perwujudan yang perbandingan maupun keindahannya terkait pada hakikat bentuk-bentuk yang ada di alam dan merupakan tiruan [9].

Kemudian pada warna biru, warna ini bisa langsung merujuk pada warna laut yang mengartikan tempat dimana perhelatan olahraga ini, berada pada kawasan pesisir. Kemudian warna oranye menurut Marian L. Davis [10] dan Dharmaprawira [11] mengartikan semangat, tenaga, kekuatan, pesat, hebat. Akan tetapi ini juga bisa bermakna tempat asal karena oranye menyerupai warna tanah perbukitan. Ini merujuk pada bentuk topografi Pesisir Selatan yang berada di atas, di lereng (dikelilingi) perbukitan atau Bukit Barisan.

Tipografi yang digunakan adalah *serif* atau huruf bekaki. Anatomi huruf ini berkesan tegas, kokoh. Penggunaannya dalam ikon olahraga sangat strategis. Posisinya pun juga berusaha

mengimbangkan bentuk lingkaran, sehingga berkesan atraktif, bergerak. Sehingga memunculkan kesan dinamis. Tingkat keterbacaannya pun juga tinggi. Agaknya pemanfaatan *software-software* desain grafis menjadi pelengkap dari pengkomposisian logo ini sehingga menjadi menarik.

Dari seluruh elemen tata rupa yang diterapkan oleh desainernya, efek komposisi yang dipakai adalah komposisi dinamis atau terbuka. Artinya komposisi tersebut harus ada kesatuan atas dasar beberapa prinsip yang bersifat fisis (berhubungan), bahwa komposisi itu harus tidak mengganggu pandangan mata oleh karena ketidakseimbangannya [9]. Tampak bagaimana Ikan Cucut sebagai objek utamanya ditata bergandengan atau bersautan sehingga menimbulkan kesan gerak.

Ikan Cucut menjadi simbol biota laut yang terdapat di Pesisir Selatan. Ini mengartikan sebuah identitas budaya mata pencarian dominan dari masyarakat pesisir. Secara homogenitas wilayah pesisir merupakan wilayah yang memproduksi ikan [12].

Ikan Cucut adalah salah satunya yang beda yang ditemui dan diamati oleh Z. Hanafi, pencipta dari logo ini. Ikan cucut ini ikan yang paling banyak (dominan) ada di perairan Pessel. Bisa kita temui di tempat-tempat pelelangan ikan (TPI), semakin banyaknya ikan ini disimpan di *fiber* (tempat menyimpan ikan) atau pada kapal-kapal kayu nelayan. (Wawancara Hanafi, November 2014)

Menurut Bambang Sudjoko [12], Ikan cucut merupakan salah satu penghuni laut yang cukup dikenal dan disegani para nelayan. Ikan ini mempunyai indera pencium yang sangat tajam, melebihi indera penglihatan dan indera pendengaran sehingga dapat mengetahui posisi mangsanya dengan tepat. Semua jenis ikan cucut bersifat *carnivora* artinya hewan pemakan daging. Cucut ini sama juga dengan ikan jenis Hiu. Ikan ini termasuk dalam kelas *Elasmobranchii* yang berarti ikan bertulang rawan. Nilai-nilai inilah yang sebetulnya ingin diungkapkan pada pertandingan olahraga. Semua atlet yang bertarung dari 19 kab/kota – digambarkan pada garis lengkung yang menghiasi lingkaran berwarna oranye, di Sumatera Barat memiliki keunggulan masing-masing.

4.2 Logo Pekan Olahraga Daerah (PORDA) ke IX Sumatera Barat di Kabupaten Solok Tahun 2004



Gambar 5. Logo PORDA IX Sumatera Barat 2004 “Ayam Kukuak Balenggek” Karya Zainul Hanafi
[Sumber: Koleksi Zainul Hanafi]

Pra-ikonografis		Ikonografis	Ikonologis
Deskripsi	Formalis	Inteprestasi	Evaluasi
<p>Garis: terdiri dari susunan garis lengkung dan bulat</p> <p>Huruf: san serif jenis Arial</p> <p>Warna: kuning, biru dan merah bergradasi, hitam, putih</p> <p>Tata letak: menggunakan prinsip keseimbangan asimetris</p>	<p>Isi gambar: ayam dan api obor</p> <p>Bentuk: tunggal</p> <p>Posisi: statis menyamping</p> <p>Teks: “PORDA IX SUMATERA BARAT” bagian atas. “KABUPATEN SOLOK 2004” bagian bawah</p>	<p>Unsur: unggas endemik</p> <p>“Ayam kukuak balenggek” atau kokok bertingkat/bersautan simbol harmonis, khas, unik, langka dan permainan tradisi</p> <p>Api obor, sebagai simbol semangat yang membara untuk berjuang mencapai prestasi terbaik.</p> <p>Bentuk bulat mengartikan simbol musyawarah dan mufakat</p>	<p>Motif budaya lokal</p> <p>Atribut kekayaan, kekhasan, kelangkaan dan keunggulan daerah</p> <p>Logo ini mencerminkan kekhasan sekaligus identitas baru Kab. Solok lewat pengenalan “Ayam kukuak balenggek” atau kokok bertingkat/bersautan sebagai unggas endemik. Disebut demikian karena irama kokoknya yang bertingkat, atau “baindiak” mulai dari irama 3 tingkat hingga 12 tingkat bahkan ada yang mampu berkokok hingga 19 tingkat. Sehingga menjadi permainan tradisi anak nagari.</p>

Pekan Olahraga Daerah (PORDA) tahun 2004 di kabupaten Solok karya Z. Hanafi (Gambar 5) terpilih untuk digunakan kembali. Artinya ia kembali memenangkan sayembara. Menurut Feldman [13], keindahan karya rupa, pada dasarnya tidak hanya merupakan ekspresi estetis pribadi saja, melainkan merupakan sebagai salah satu upaya pemenuh kebutuhan estetis orang-orang masa kini. Kemenangan yang diperoleh Hanafi agaknya telah memenuhi apa yang diungkapkan Feldman dalam buku *Art as Image and Idea*.

Bisa dilihat elemen visual logonya yang terdiri dari dua lapis lingkaran dengan warna dasar kuning dan biru. Ada riak air atau gelombang

berwarna biru muda. Menurut Plato bentuk seperti adalah bentuk-bentuk absolut, suatu bentuk atau suatu abstraksi yang terdiri dari garis-garis lurus dan lengkung yang dihasilkan dari bentuk-bentuk di alam.

Dalam lingkaran kedua menghadirkan ikon (stilisasi) berbentuk ayam dengan warna merah bergradasi. Kepala ayam tampak keluar dari lingkaran tersebut. Sedangkan sayapnya ada api obor yang menyala. Ekornya berbentuk “roda gir” mengikuti lingkaran. Posisi ikon ini tampak statis atau tertutup, walaupun ia mencoba ingin keluar dari bentuk aslinya. Bentuk yang digunakan adalah bentuk relatif – yang mudah diklarifikasi, sebagaimana dengan

logo sebelumnya, yang menurut Plato bentuk dari perwujudan yang perbandingan keindahannya terkait dengan tiruan alam—dalam konteks ini yaitu binatang; Ayam (Gambar 6).

Penggunaan tipografi pada tulisan “PORDA IX SUMATERA BARAT” bagian atas. “KABUPATEN SOLOK 2004” bagian bawah, karakternya sangat tegas dengan tingkat *legibility* yang kuat. Tipografi ini menggunakan jenis huruf *Arial* jika dilihat dari nama *typeface* di komputer.

Ikonologi yang bisa ditangkap adalah adanya motif budaya lokal khas Solok muncul di logo ini. Hanafi berhasil menghadirkan ikon yang baru dari invent olahraga dua tahunan di Sumatera Barat ini. Di ungkapkan Hanafi;

"Hampir setiap minggu saya ke Solok. Berjalan ke kampung-kampung untuk mengumpulkan data-data. Mencari ikon daerah yang menarik dan khas di Solok. Selain beras Solok dan buah markisa yang lebih dahulu populer. Sampai pada suatu pagi, ketika saya sedang tidur terdengar ayam bekokok panjang Kuk... kukkk.. kukk... kukk... kuuukkkk..., senang mendengarnya. Maka saya bertanya pada penduduk setempat. Itu ayam jenis apa. Masyarakat menyebutnya Ayam Kukuak Balenggek (AKB). Dari sana saya putuskan untuk mengangkat ayam ini sebagai ikon di logo. (Wawancara dengan Z. Hanafi November 2014)



Gambar 6. Monumen Ayam Kukuak Balenggek di Aro Suka ibukota Kab. Solok berdiri sampai hari ini. [Sumber: Koleksi Zainul Hanafi]

Pada proses pencarian ide atau bisa dikategorikan sebagai melakukan proses *brainstorming*, tanpa disadari Hanafi telah melakukan proses antropologis (sederhana) untuk mendapatkan pilihan objek yang pas. Hanafi masuk ke dalam kehidupan masyarakat untuk memperoleh apa yang dicari dan dilakukan oleh masyarakat.

Menurut Read [9] sudah banyak di antara aspek perwujudan seni yang mendapatkan daya tariknya dari kenyataan yang tanpa disadari. Yaitu dari ciptaan bentuk-bentuk simbolik, sekalipun barangkali hal ini berjalan dengan tidak disadari.

Ikon *Ayam Kukuak Balenggek* (AKB) (Gambar 6) yang disimbolisasikan Hanafi adalah jenis ayam peliharaan oleh masyarakat, yang memiliki kelembutan dan keindahan kokoknya dan kemampuan adaptasi dengan baik pada ketebatasan lingkungan. Ayam ini memiliki mata yang tajam dan bercahaya. Sementara bentuk badannya proporsional, lincah dan kuat. Semakin bagus posturnya maka semakin menarik irama *lenggeknya* (kokoknya). Bulunya memiliki banyak variasi warna seperti merah, kuning, putih atau kombinasi dari sejumlah warna tersebut, sama seperti ayam pada umumnya.

Ayam Kukuak Balenggek juga menjadi buah tangan bagi para wisatawan yang pernah berkunjung ke Solok. Dirilis dari laman website solokkota.go.id pada tahun 1981 seorang insinyur Belanda membawa sepasang ayam ini ke negara Belanda, karena dia terkesan dengan suaranya yang merdu dan indah. Pada tahun 1994 pemerintahan Kota Solok memberikan cinderamata kepada Pangeran Akishinonomiya Fumihito dari Jepang.

Warna kuning yang dominan pada logo ini mengartikan keunggulan yang lain dari Kab. Solok yaitu penghasil beras terbaik di Minangkabau dengan *Bareh Solok*-nya. Biru mengartikan topografi Solok yang didiami oleh empat danau yaitu danau Singkarak sebagai danau terbesar kedua di Indonesia setelah Toba (Sumatera Utara), danau Diatesh, danau Dibawah dan danau Talang dengan hamparan panorama alam yang eksotis.

Kehadiran logo ini pada masa itu mendapat sambutan yang sangat meriah. Semua orang

menunggu-nunggu bentuk logo yang akan digunakan. Dituliskan di koran Harian Haluan, 9 September 2003;

“Yang sangat menarik hadirin, adalah Logo PORDA yang selama ini belum dimunculkan Gamawan (Bupati Solok), yakni logo PORDA yang dilambangkan dengan “Ayam Kukuak Balenggek”, yang dijadikan maskot Porda ke IX di Kabupaten Solok hadirin dibuat terkesima bahkan sampai larut malam, mendengar penjelasan dari Bupati Solok yang terkenal dengan suara emasnya dan kesasar di bukit Sambuang itu...”

Disinilah kategori karya seni itu dapat memenuhi fungsi sosial, apabila karya seni itu mampu mengekspresikan atau menjelaskan aspek eksistensi sosial atau kolektifnya [13]. Memilih objek yang hidup ditengah masyarakat menjadi pilihan yang sangat tepat. Objek tersebut menjadi ikon seni yang mengekspresikan dan mewakili semangat dari setiap orang di Solok sebagai daerah penyelenggara acara olahraga se Sumatera Barat.

5. KESIMPULAN

Logo-logo Z. Hanafi sangat kuat dengan pengayaan studi antropologi yang dilakukan tanpa ia sadari. Ruh logonya hadir lewat pengungkapan elemen visual yang berpijak pada nilai-nilai lokalitas *local wisdom* dan *local genius* sehingga logo ini mendapatkan tempat dan diterima di tengah masyarakat. Ikon yang dipilih mampu mewakili seluruh pihak yang terlibat pada *event* atau acara yang diselenggarakan. Semua orang bersuka cita menyambut acara tersebut. Logo menjadi ikon yang mewakili keceriaan tersebut.

Logo yang dirancang Z. Hanafi sebagai karya komunikasi visual mampu mewakili petanda sebuah kebudayaan. Menurut Sumbo Tinarbuko [14] ada tiga ciri karya desain komunikasi visual itu menjadi petanda sebuah kebudayaan Pertama: karya desain komunikasi visual harus mampu tampil secara atraktif, komunikatif, persuasif dan kontekstual; Kedua: karya harus dapat mencerdaskan masyarakat terkait dengan pesan yang ingin disampaikan dan keberdaannya harus bisa diterima masyarakat luas; Dan ketiga: taat mengikuti perilaku adat istiadat yang berlaku, menjunjung

tinggi nilai moralitas dan mengedepankan kearifan lokal .

Logo yang dianalisa sangat menyiratkan nilai lokal sekali. Hal itu bisa dilihat dari penggunaan warna yang beragam, saling tumpang tindih, ikon yang ramai, di tengah popularnya logo-logo yang lebih sederhana (*simplicity*). Tapi inilah cara disainer lokal menterjemahkan ke dalam wujud rupa tentang kekayaan daerahnya. Sangat beragam-ragam!

Mulai dari Logo-logo *event* yang diperuntukkan pada kegiatan olahraga sampai pada logo membaca Al Qur'an Z. Hanafi tampaknya tak kehilangan ciri khasnya yaitu terletak pada cara ia mengorganisasi komposisi warna. Z. Hanafi selalu menggunakan, memasukkan beragam jenis warna yang dianggap menjadi (keterwakilan) simbol tertentu secara merata. Cara semacam ini ada prinsip orang Minang yaitu *Raso dibawok naik, paseso dibawok turun*. Dalam bahasa Indonesia diterjemahkan; rasa (perasaan) yang dimiliki manusia dibawa naik – ke otak/pikiran artinya dikoreksi, sudah tepatkah rasa itu diberikan. Kemudian apa yang dipikirkan oleh otak sebelum disampaikan harus dikoreksi dulu oleh perasaan (hati). Setelah kompromi (saling koreksi) hati dan pikiran itu selesai, baru kemudian disampaikan atau dilepaskan kepada orang banyak. Konsep inilah yang digunakan Z. Hanafi dalam mengkomposisikan warna. Artinya semua mendapatkan kedudukan simbol (warna) yang sama, baik itu simbol (warna) agama, adat atau pemerintah daerah. Dan wujud visualnya bisa kita amati pada beragam warna yang digunakan di logo karya-karya Z. Hanafi

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Safanayong, Y., 2006. Desain komunikasi visual terpadu. *Jakarta: Arte Intermedia*.
- [2] Rustan, S., 2009. Mendesain Logo. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- [3] Widiatmoko, D., 2010, December. TENTANG LOGO. In *Visual*(Vol. 9, No. 1).
- [4] Pittard, N., Ewing, M. and Jevons, C., 2007. Aesthetic theory and logo design: examining consumer response to proportion across cultures. *International Marketing Review*, 24(4), pp.457-473.

- [5] Budiman, A., 2008. *Kenang-Kenangan SMSR*. Padang: SMKN 4 Padang.
- [6] Anonim. 1974. Surat Kabar Harian Haluan.
- [7] Panofsky, E., 1979. *Meaning in the visual art. Papers in and on art history*. Chicago : The University of Chicago Press.
- [8] Couto, N., 2008. *Budaya visual seni tradisi Minangkabau*. Universitas Negeri Padang Press.
- [9] Read, H.E., 1972. *The Meaning of Art*. New York, Washington: Praeger Publ. Inc.
- [10] Davis, M.L., 1980. *Visual design in dress*. Prentice Hall.
- [11] Dharmaprawira, S., 2002. *Warna: Teori dan Kreatifitas Penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB.
- [12] Sudjoko, B., 1991. Pemanfaatan ikan cucut. *Jurnal Oseña*, 16(4), pp.31-37.
- [13] Feldman, E.B., 1967. Art as image and idea.
- [14] Tinarbuko, S., 2015. *DEKAVE*. Yogyakarta: Penerbit Caps.