

VISUAL WAYANG PADA LIVERY BUS PO. HARYANTO SEBAGAI BENTUK IDENTITAS BUDAYA JAWA

Oleh:

Yoga Rarasto Putra

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: yogararastoputra@gmail.com

Agung Muhammad Natsir

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: agungcoy212@gmail.com

Hafidh Purnomo Aditamami

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: hafidhsimpleajah@gmail.com

Arto Widodo

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: artowidodo51@gmail.com

ABSTRACT

Livery design is an important factor in the attractiveness of a transportation service company, including autobus companies. An attractive and unique livery design owned by the Haryanto autobus company, featuring illustrations of wayang characters. This design was uniquely designed through an exploration of changes in the shape of the wayang. This exploration adds value to the beauty and attraction that contains Javanese cultural values. These values are widely demonstrated through the selection of wayang figures as symbols of Javanese culture. This research wants to see how deformation and stylization techniques as styling in changing the shape of wayang are applied to the Haryanto bus livery. The changes and styling made were observed qualitatively through content analysis methods to obtain depth of analysis. From these observations it can be concluded that the use of wayang figures created into graphic works is a form of visual appeal as well as identifying Javanese culture in society.

KEYWORDS

Wayang, deformation, Javanese culture, PO Haryanto's livery bus

A. PENDAHULUAN

Kata "livery" barangkali cukup asing di telinga Sebagian orang, namun sebetulnya cukup akrab bagi masyarakat komunitas transportasi. *Livery* merupakan bentuk identitas visual, yaitu merupakan warna dan desain motif yang dipakai pada transportasi-komersial seperti pesawat hingga bus (Robby dkk., 2016, hlm. 841) . Sebagai bentuk identitas visual, *livery* tidak hanya menjadikan transportasi lebih menarik nan indah, namun juga sebagai identitas *branding* dari sebuah perusahaan transportasi.

Sebagai bentuk identitas visual, peran *livery* amat penting sebagai bentuk komunikasi pesan tentang citra perusahaan, pelayanan, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh perusahaan transportasi. Peran-peran tersebut sangat penting dalam membangun *brand* yang mempengaruhi persepsi dan keputusan masyarakat sebagai pengguna jasa transportasi.

Salah satu moda transportasi populer yang sangat mengandalkan *livery* adalah moda transportasi darat bus. Bagi para pengusaha pemilik Perusahaan Otobus (PO),

fungsi *livery* sangat penting sebagai penarik perhatian visual, representasi citra perusahaan hingga pembeda antara Perusahaan Otobus (PO) satu dengan PO yang lainnya.

Salah satu PO yang memiliki ciri khas *livery* yang unik adalah PO Haryanto. Perusahaan Otobus ini merupakan PO yang telah berdiri lama dan cukup populer terutama bagi masyarakat urban di Jabodetabek yang berasal dari berbagai daerah di Jawa Tengah dan Jawa Timur. PO Haryanto menyediakan layanan bus Antar Kota Antar Provinsi (AKAP) dan Pariwisata. PO ini berpusat di Jl. Lingkar Ngembal Kulon, Jati, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59341, dan memiliki kantor cabang di Tangerang. Penamaan Perusahaan Otobus (PO) Haryanto diambil dari nama pemilik yaitu H. Haryanto dan berada di bawah naungan PT. Haryanto Motor Indonesia sebagai induk perusahaan dan juga sebagai operator (Ayo Naik Bis, 2016).

Keunikan PO Haryanto terletak pada motif *livery* yang menggambarkan tokoh-tokoh pewayangan di banyak unitnya. Penggambaran tokoh-tokoh pewayangan menjadi sebuah ciri khas selain dari penggunaan ikon "Menara Kudus" dan tulisan *shalawat* atau do'a dalam huruf Arab yang melekat di semua unit bus PO Haryanto.



Gambar 1: (Bus PO Haryanto)

(Sumber: Sari & Kurniawan, 2023,

<https://otomotif.kompas.com/read/2023/04/28/082200015/po-haryanto-kembali-rilis-bus-baru-rakitan-piala-mas>)

Penggunaan motif wayang pada *livery* bus PO Haryanto rupanya dianggap cukup menarik karena kemudian banyak PO bus yang menghadirkan motif grafis serupa. Hal ini tentu menjadi pertanda baik sebagai upaya mengingatkan dan melestarikan kembali budaya Wayang kepada masyarakat.

Kesenian wayang, merupakan salah satu jenis seni pertunjukkan yang cukup tua selain tari-tarian bagi masyarakat Jawa. Kesenian wayang memadukan unsur-unsur seni rupa, seni olah suara dan musik gamelan. Wayang di pulau Jawa memiliki berbagai bentuk, tergantung daerah. Dari sekian banyak bentuk wayang, yang populer adalah wayang golek (Jawa Barat), wayang kulit hingga wayang orang (Jawa Tengah dan Jawa Timur).

Dari pengamatan di lapangan, PO Haryanto mengadaptasi bentuk grafis wayang yang didominasi oleh bentuk dasar wayang kulit. Kesenian wayang kulit adalah salah satu kesenian yang telah ada di Indonesia sejak ajaran Hindu masih tersebar di seluruh Nusantara (Setiawan, 2020, hlm. 34). Oleh karena itu, kesenian wayang kulit seringkali menggambarkan kisah-kisah yang berasal dari kitab maupun cerita Hindu, dan tokoh-tokoh populer Hindu. Popularitas wayang kulit tidak terlepas dari lokasi perkembangan wayang itu sendiri yang banyak tumbuh di wilayah Jawa Tengah, Yogyakarta hingga Sebagian Jawa Timur. Seiring masuknya pengaruh Islam di pulau Jawa, bentuk wayang mengalami perubahan menjadi lebih simbolik dan sedikit perubahan cerita yang berlandaskan nilai-nilai Islam yang luhur.

Nilai-nilai luhur tentang kehidupan banyak direpresentasikan melalui tokoh-tokoh pewayangan yang membawa berbagai watak sehari-hari manusia seperti watak antagonis, protagonis, hingga tritagonis. Di Jawa, cerita wayang mengalami berbagai distorsi dari kisah aslinya, hal tersebut dapat terlihat dari adanya tokoh *punakawan* yang terdiri dari Semar, Bagong, Petruk, dan Gareng. Keempat tokoh tersebut seringkali

ditampilkan sebagai tokoh tambahan yang menyegarkan cerita dengan nuansa komedi yang menghibur. Akan tetapi, tokoh Semar diyakini merupakan simbolisasi keluhuran orang Jawa itu sendiri.

Wayang kulit tumbuh sebagai produk budaya dalam pusat-pusat kebudayaan Keraton, sehingga dapat dikatakan bahwa seni pertunjukan wayang kulit berasal dari budaya Keraton (*court culture*) (Masroer, 2017, hlm. 42) . Sebagai budaya Keraton, wayang kulit sampai saat ini identik sebagai budaya tinggi (*high culture*) yang telah dimodernisasi (*pop culture*) dan tidak lagi terkesan eksklusif.

Baik wayang kulit maupun wayang orang pada dasarnya sama-sama berasal dari kebudayaan tinggi yang *adiluhung*. Saat ini, wayang kulit juga mengalami diversifikasi bentuk antara wayang kulit tradisional yang bersifat serius (*purwa*) dan wayang kulit kontemporer yang menggambarkan kehidupan sehari-hari. Hal tersebut juga terjadi pada wayang orang yang berkembang menjadi seni *kethoprak* (Jawa Tengah) dan *ludruk* (Jawa Timur) (Putra dkk., 2019, hlm. 147) . Keluwesan wayang yang mudah ditransformasi dan di-reinterpretasi ke dalam berbagai karya seni rupa, grafis hingga desain. Sebagai contoh, penggunaan tokoh pewayangan Gatotkaca yang di-reinterpretasi sebagai tokoh *game online* Mobile Legend (Latifah & Kristiana, 2021, hlm. 244) . Selain *game*, karakter wayang juga sering menjadi logo hingga digunakan sebagai maskot dan grafis.

Penggunaan motif wayang kulit pada *livery* bus Haryanto, saat ini banyak diadopsi oleh berbagai perusahaan bus lain, bahkan terkadang ditemukan pada beberapa angkutan umum, mini bus, hingga bak truk. Tren ini tidak hanya sekedar untuk memenuhi standar estetika dan kesenangan visual semata, namun juga memiliki dampak terhadap pelestarian budaya Jawa khususnya seni pertunjukkan wayang kulit.

Popularitas PO Haryanto di mata para pecinta bus, busmania, hingga masyarakat terbilang cukup tinggi. Bahkan, bus ini

menjadi salah satu bus yang paling ditunggu oleh anak-anak pemburu klakson *telolet* yang sedang marak. Selain itu bus PO Haryanto banyak dijadikan sebagai model dalam pembuatan miniatur ataupun mainan anak karena banyaknya permintaan.

Popularitas tersebut tentu saja akan berdampak pada pelestarian bentuk-bentuk wayang sebagai ciri khas yang mengidentifikasi nilai-nilai lokal di masyarakat. Di tengah gempuran budaya-budaya luar, inovasi dalam menghadirkan kembali budaya lokal sebagai sebuah *local wisdom* perlu untuk dilakukan. Dalam hal ini, maka perlu dilakukan observasi, serta penelitian lebih lanjut tentang *livery* bus PO Haryanto yang mengeksplorasi bentuk wayang sebagai ciri khas nya. Dari latar belakang tersebut, maka ditentukan rumusan masalah antara lain;

- a. Seperti apa *livery* bus PO Haryanto yang dianggap sebagai bentuk identitas budaya Jawa?
- b. Bagaimana eksplorasi bentuk tokoh wayang yang dilakukan dalam desain *livery* bus PO Haryanto?

B. TUJUAN PENELITIAN

Analisis terhadap visualisasi wayang pada *livery* bus PO Haryanto merupakan suatu cara dalam melihat bagaimana cara perusahaan bus dalam menerapkan desain *livery* yang mengeksplorasi bentuk wayang kulit sebagai sebuah keunikan dan ciri khas dari perusahaan. Penggunaan desain *livery* yang mengandung nilai-nilai budaya tidak hanya menarik dari sisi estetika, namun juga mampu menjadi penunjuk identitas suatu budaya tertentu. Estetika secara visual juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam merancang suatu karya visual. Nilai estetika merupakan kumpulan nilai-nilai secara kultural yang dianggap mewakili seluruh aspek yang dianggap indah. Dengan meneliti dan mengamati bagaimana eksplorasi bentuk tokoh-tokoh wayang pada *livery* bus PO Haryanto, maka dapat ditentukan tujuan dari hasil pengamatan

terhadap berbagai bidang khususnya akademik dan industri kreatif yaitu;

- a. Agar mampu melihat dan mengkaji bagaimana eksplorasi bentuk terhadap simbol-simbol budaya sebagai sebuah cara dalam melestarikan sekaligus menunjukkan identitas suatu budaya.
- b. Analisis ini bisa menjadi referensi bagi masyarakat dan para pelaku di bidang industri kreatif tentang potensi nilai-nilai budaya serta kearifan lokal yang mampu menjadi alternatif tren desain yang unik dan bernilai.

C. TINJAUAN PUSTAKA

a. *Originalitas Penelitian*

Penelitian ini berawal dari ketertarikan peneliti terhadap berbagai desain *livery* yang digunakan oleh para perusahaan otobus (PO) terutama bus-bus antar kota - antar provinsi (AKAP) di pulau Jawa. PO. Haryanto merupakan salah satu Perusahaan bus yang telah lama malang melintang dalam industri jasa transportasi di tanah air. Desain *livery* yang digunakan cukup unik, yaitu mengeksplorasi bentuk wayang - tokoh-tokoh pewayangan secara kreatif sebagai daya tarik sekaligus mem-*branding* perusahaan otobus tersebut. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti dan mengamati lebih lanjut tentang bagaimana eksplorasi ide transformasi bentuk asli wayang ke dalam desain *livery*.

Desain *livery* pada bus bisa ditinjau dari berbagai aspek seperti latar belakang ide pembuatan, eksplorasi bentuk visual, prinsip estetika yang digunakan, hingga persoalan budaya hingga penunjukkan identitas sebagai langkah *branding* dari perusahaan. Untuk memfokuskan terhadap hasil penelitian yang ingin dicapai, maka penulis membatasi pengamatan pada aspek-aspek eksplorasi bentuk yang berimplikasi kepada tampilan visual yang membangun identitas sebagai upaya pelestarian wayang dalam budaya Jawa. Untuk mendukung kelancaran

serta validitas penelitan yang dilakukan, maka diperlukan beberapa penelitian terdahulu serta sumber-sumber literatur sebagai referensi yang mendukung penelitian.

Penelitian pertama, oleh Robby, dkk (2016) , yang dimuat dalam *eProceeding of Management* membahas tentang Representasi Konsep Layanan “Garuda Indonesia Experience” Pada Desain Livery “Sayap Alam”. Dalam penelitian tersebut, Robby melihat bagaimana bentuk desain *livery* mampu menjadi acuan bagi manajemen maskapai tentang pelayanan kepada penumpang. Penelitian tersebut tampak meninjau aspek *branding* suatu maskapai yang diwujudkan dalam bentuk layanan. Hal tersebut bukan tidak mungkin terjadi pula pada perusahaan otobus (PO), akan tetapi, pada penelitian kali ini, penulis hanya fokus terhadap bagaimana eksplorasi desain bentuk wayang yang diwujudkan dalam bentuk *livery* bus Haryanto.

Penelitian selanjutnya, oleh Latifah dan Kristiana (2021) tentang Analisis Visual Karakter Gatot Kaca Dalam Game Mobile Legends Bang Bang yang dimuat dalam *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*. Dalam penelitiannya, Latifah dan Kristiana membahas bagaimana eksplorasi visual karakter tokoh pewayangan “Gatot Kaca” yang dijadikan tokoh hero dalam game Mobile Legends. Hasil pengamatan kemudian dianalisis untuk menemukan berbagai tanda-tanda visual yang tampak pada tokoh hero tersebut. Dari penelitian tersebut, sama-sama membahas tentang eksplorasi bentuk terhadap tokoh-tokoh pewayangan, namun berbeda dalam konteks penerapannya.

b. *Perubahan Bentuk Dalam Pengayaan Seni Rupa dan Desain*

Perubahan bentuk atau transformasi bentuk merupakan Teknik yang sering digunakan di dalam konsep seni dan desain. Dalam konsep seni rupa dan desain modern hingga post-modern, perubahan merupakan bagian penting dalam eksplorasi ide kreatif

dari karya-karya yang akan dibuat. Perubahan ini melibatkan berbagai hal seperti imajinasi, konsep, estetika serta pesan apa yang ingin dibangun.

Dalam perubahan bentuk, dikenal berbagai Teknik pengayaan yaitu deformasi, simplifikasi, stilisasi dan distorsi (Subitmele, 2022) . Masing-masing Teknik tersebut menghasilkan keunikan dan ciri tersendiri yang dapat dieksplorasi secara kreatif oleh seniman maupun desainer.

Deformasi merupakan perubahan bentuk yang dilakukan dengan sengaja untuk kepentingan seni rupa dan desain untuk memberikan kesan yang lebih kuat terhadap objek/ karakter serta menambah nilai keindahan (Ulumuddin & Sulistiyawati, 2018, hlm. 169) . Dalam rancangan desain, deformasi sering digunakan sebagai Teknik untuk mempertegas atau menonjolkan karakter tertentu dari objek.

Simplifikasi merupakan teknik penyederhanaan bentuk dengan hanya mengambil bagian-bagian tertentu dari objek sebagai esensial (Aurellia, 2022). Pengayaan dengan Teknik simplifikasi sering digunakan dalam perancangan logo dan ikon yang bernuansakan moderen karena karakteristiknya.

Berikutnya adalah stilasi, yaitu teknik mengubah bentuk asli dengan pengayaan bentuk-bentuk baru dan penambahan aksent-dekoratif (Subitmele, 2022) . Penambahan unsur-unsur dekoratif harus diatur sedemikian rupa hingga menghasilkan bentuk yang teratur dan menarik. Teknik ini mengeksplorasi nilai-nilai keindahan dari berbagai bentuk seperti geometris maupun bentuk-bentuk organik.

Terakhir, adalah teknik distorsi, yaitu teknik menggambar dengan bentuk yang terkesan dilebih-lebihkan atau tidak sesuai dengan struktur proporsi bentuk aslinya (Subitmele, 2022) . Teknik ini seringkali digunakan dalam pengayaan karakter tokoh-tokoh kartun, hingga seni rupa yang menonjolkan ekspresionisme.

c. Langgam Sebagai Warna Dalam Pengayaan Ilustrasi dan Desain

Langgam sering diatribusikan sebagai warna atau genre di dalam dunia musik. Dalam penciptaan karya seni rupa maupun desain, terdapat pula istilah langgam untuk menunjukkan ciri tertentu dari suatu karya yang dibuat. Langgam dalam suatu karya ilustrasi merupakan pengayaan yang mempengaruhi bentuk yang mengarah kepada ciri-ciri khusus suatu kebudayaan tertentu. Dalam bidang desain, langgam berfungsi sebagai acuan perancangan produk desain yang disesuaikan dengan segmentasi sasaran desain.

Dalam perkembangan desain dan seni rupa Indonesia, terdapat berbagai dinamika yang terjadi jika menelaah apa yang dikemukakan oleh Rahayu (2017, hlm. 22–23). Pertama, terdapat dua kutub besar yaitu budaya yang mengakar dari kebudayaan asal (lokal) dan pengaruh dari kebudayaan global (post-moderen). Kebudayaan post-modern di Indonesia juga menghadapi tiga konsekuensi yaitu; post-modernisme palsu (*pseudo post-modernism*), dan post-modern tak disadari (post-modernisme ala Indonesia). Kedua, terjadi sintesis desain yang berupaya mengantisipasi perubahan tren. Ketiga, perbandingan antara modern dan post-modern di Indonesia yang berorientasi kepada kebudayaan Indonesia dan barat, disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan. Lalu keempat, strategi potong Kompas pada desain Indonesia, memadukan berbagai gaya (etnik, modern, luar), yang menghasilkan keunikan.

D. METODE

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu memilih berbagai data penelitian yang sesuai sebagai objek analisis. Melalui pendekatan tersebut, data-data berupa foto-foto bus PO. Haryanto kemudian dikumpulkan dan dipilih untuk diamati lebih lanjut.

Proses pengamatan berlangsung tanpa peranserta, yaitu dengan melihat berbagai eksplorasi desain *livery* bus yang sesuai dengan fokus penelitian. Dari pengamatan yang dilakukan, selanjutnya akan diperoleh hasil berupa berbagai pengayaan sebagai desain yang dominan diterapkan pada unit-unit bus. Hasil pengamatan kemudian dicari kesimpulan-kesimpulan yang akan dianalisis lebih lanjut melalui metode analisis konten. Metode analisis konten merupakan metode yang banyak digunakan dalam berbagai penelitian seni, desain, ilmu komunikasi, dan kajian-kajian budaya. Dalam metode ini, menekankan analisis yang mendalam terhadap berbagai tanda yang muncul.

Melalui pendekatan tersebut, diharapkan menghasilkan kesimpulan analisis mengenai visual *livery* wayang pada bus PO. Haryanto sebagai bentuk identitas budaya Jawa.

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menganalisis *livery* bus, maka terlebih dahulu dilakukan pengamatan terhadap berbagai bentuk desain *livery* yang paling sering digunakan dalam bus PO. Haryanto. Berbagai desain tersebut antara lain seperti ditunjukkan gambar di bawah ini.



Gambar 2: (Ragam *livery* bus Haryanto)
(Sumber: (Sandita Blog, t.t. <https://id.pinterest.com>)

Dari hasil pengamatan di lapangan, terdapat dua *livery* yang paling sering

digunakan sebagai desain pada unit-unit bus Haryanto. Kedua *livery* tersebut menggambarkan dua bentuk tokoh wayang yang berbeda, dan pengayaan desain yang berbeda.

Warna dasar dari bus PO. Haryanto biasanya berwarna hitam dan putih dengan berbagai pengayaan *stripping* warna yang berbeda-beda, namun *livery* wayang selalu menyertai. Hal ini mengesankan identitas bus itu sendiri. Selanjutnya, adalah mengamati secara detail kedua *livery* yang sering digunakan tersebut untuk mengetahui tokoh wayang yang digunakan serta bagaimana eksplorasi desainnya.



Gambar 3: (Ilustrasi tokoh wayang Bima)
(Sumber: (Agen Haryanto Jakarta Terdekat Untuk Pemesanan Tiket, 2022. <https://www.busharyanto.my.id/2022/01/agen-haryanto-jakarta.html>)

Tampak pada gambar desain ilustrasi di atas, merupakan bentuk yang mengeksplorasi tokoh wayang orang sebagai bentuk dasarnya. Hal tersebut tampak dari visual ilustrasi yang dihasilkan. Berdasarkan bentuk dasar tersebut, dapat diidentifikasi tokoh wayang yang digunakan Bernama Bimo atau Werkudara. Hal ini didasarkan pada informasi yang diwartakan oleh Ramadan (2023) , bahwa PO. Haryanto menggunakan karya Ryan Mahendra berupa

gambar wayang tokoh Werkudara atau Bima, sesuai keinginan sang pemilik, Hj. Haryanto.



Gambar 4: (Foto tokoh Bima dalam pertunjukkan wayang orang)

(Sumber: Sanggar Budaya Monas Menggelar Pertunjukan Berjudul Senapati Pancala, 2022. <https://indonesiakaya.com/agenda-budaya/sanggar-budaya-monas-menggelar-pertunjukan-berjudul-senapati-pancala/>)

Dari visualisasi kedua gambar tersebut, dapat terlihat bahwa eksplorasi ilustrasi tokoh Bima masih terlihat cukup ikonik. Hal tersebut karena sang kreator, Ryan Mahendra mengambil beberapa komponen visual yang cukup kuat melekat pada tokoh Bima. Penguatan identitas visual tersebut cukup kuat melalui pengambilan simbol-simbol yang melekat pada sosok Bima, diantaranya bentuk topi, ornamen, sikap tubuh, bentuk wajah, hingga bentuk jenggotnya yang khas.

Jika diamati, bentuk-bentuk tersebut saling bersinergi membentuk sosok Bima atau Werkudara yang sesuai dengan foto Bima versi wayang orang. Penggambaran ilustrasi pada *livery* bahkan tidak mengurangi karakter khas Bima yang ada dalam kisah Mahabharata sebagai sosok garang, gagah, dan perkasa. Berdasarkan eksplorasi bentuk yang dilakukan terhadap ilustrasi gambar pada bus maka dapat disimpulkan teknik penggambaran menggunakan teknik deformasi.

Deformasi nampak dalam perubahan-perubahan bentuk yang dilakukan dari bentuk dasarnya. Perubahan antara lain, kreator merubah beberapa komponen wajah yang dibuat sangat berbeda dengan foto asli,

namun berusaha untuk memperkuat karakter Bima itu sendiri. Kemudian dengan permainan *shape tracing* yang lancip dan melengkung, berusaha menonjolkan karakter serta menjadikannya lebih indah, mewah dan estetik. Selain itu, perubahan bentuk tubuh dari bentuk dasarnya juga cukup menarik. Menggunakan teknik *shape* yang sama, namun terkesan lebih ekstrim. Hal itu tampak dalam bentuk badan yang menjadi sangat tidak jelas namun digantikan dengan simbol-simbol layaknya motif batik dengan bentuk lengkungan yang menggumpal. Hal tersebut membuatnya serasi dengan beberapa gambar stilasi tanaman yang ada di bagian belakang bus.

Teknik penggambaran ilustrasi yang dilakukan memberikan kesan karakter Bima yang semakin kuat secara simbolik dan estetika bentuk yang semakin indah. Bentuk *livery* ini merupakan bentuk yang paling banyak digunakan karena daya tariknya. Selain itu, bentuk desain ilustrasi tersebut seakan sangat simbolik sebagai identitas *branding* PO. Haryanto.



Gambar 5: (Ilustrasi tokoh wayang Arjuna & Srikandi) (Sumber: Sipan, 2020. <https://betanews.id/2020/04/ternyata-ini-filosofi-gambar-menara-kudus-pada-setiap-bus-haryanto.html>)

Desain ilustrasi di atas merupakan bentuk desain *livery* kedua yang paling banyak digunakan pada bus Haryanto. Jika diamati berdasarkan bentuknya, maka gambar tersebut diidentifikasi sebagai tokoh wayang Arjuna dan Srikandi. Penggambaran wayang Arjuna dan Srikandi pada desain *livery* mengacu kepada bentuk tokoh-tokoh tersebut dalam versi wayang kulit.



Gambar 5: (Foto tokoh Arjuna & Srikandi dalam bentuk wayang kulit)
(Sumber: Shabrina, t.t. <https://id.pinterest.com>)

Gambar Arjuna dan Srikandi pada *livery* bus dan pada foto wayang kulit terlihat identik. Hal ini mengindikasikan tidak ada perubahan yang terlalu signifikan dari bentuk asal, kecuali perubahan warna dan profil wayang secara utuh.

Pada gambar *livery* bus, posisi profil wayang tidak ditampilkan secara utuh, namun hanya sebagian bada atas yang terlihat. Sementara bagian bawah tertutup oleh *stripping* dari *livery* bus Haryanto. Eksplorasi pengubahan warna tampak saling mendukung dengan sebagian tubuh wayang terlihat sebagai penunjuk bahwa *livery* merupakan produk grafis, bukan hanya menempelkan foto wayang ke badan bus. Terlepas dari itu semua, teknik stilasi gambar cukup menonjol pada grafis ornamen pada kostum wayang-wayang tersebut. Hal ini berbeda dengan versi wayang kulit yang cukup tersembunyi di dalam warna hitam pada wajah. Penggunaan warna putih mempertegas dan memperjelas semuanya,

sehingga nilai artistik dan keindahan dari stilasi bentuk-bentuk ornamen sangat terlihat.

a. Analisis Desain Ilustrasi Livery Bus

Berdasarkan hasil pengamatan di atas, dapat dilihat beberapa kecenderungan yang diperlihatkan melalui perancangan desain *livery*. Kecenderungan-kecenderungan tersebut meliputi pemilihan tokoh wayang, teknik pengayaan atau langgam bentuk, hingga nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

Tokoh-tokoh wayang yang selalu digunakan sebagai *livery* bus Haryanto, menggunakan dua jenis visual, yaitu tokoh Bima atau Werkudara, dan Arjuna – Srikandi. Tokoh-tokoh tersebut diketahui sebagai pemeran dalam kisah Mahabharata. Dalam kisah Mahabharata terdapat *lakon Arjuna Kakawin* karya Empu Kanwa (Masroer, 2017, hlm. 46). *Lakon* tersebut menceritakan kisah Arjuna dan Srikandi yang merupakan tokoh pejuang atau ksatria yang berasal dari keluarga *pandawa* di kerajaan Pancala (Sanggar Budaya Monas Menggelar Pertunjukan Berjudul *Senapati Pancala*, 2022). Dalam kitab Mahabharata, *pandawa* merupakan sekelompok keluarga yang menentang kekuasaan para *kurawa* yang dinilai antagonis. Tokoh *pandawa* lainnya merupakan Bima yang merupakan seorang ksatria yang sangat kuat, bertubuh besar dan sangat ditakuti oleh para prajurit *kurawa*. Bima atau Werkudara lebih banyak diceritakan dalam kisah atau *lakon* Baratayuda karya Empu Sedah dan Empu Panuluh di masa pemerintahan Prabu Jayabaya dari kerajaan Kediri. Dalam kisah tersebut diceritakan bagaimana peperangan dahsyat antara *pandawa* dan *kurawa* yang disebut sebagai perang Baratayuda.

Kecenderungan berikutnya yaitu tentang teknik atau pengayaan dalam eksplorasi bentuk wayang. Bentuk wayang yang digunakan tampak lebih banyak mengalami perubahan bentuk secara simbolik yang mengedepankan unsur estetika visual serta pendalaman karakter.

Konsep transformasi atau perubahan bentuk yang digunakan didominasi dengan teknik deformatif maupun teknik stilasi.

Dari berbagai kecenderungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Hj. Haryanto sebagai pemilik ingin merepresentasikan nilai-nilai simbolik dari para tokoh-tokoh *pandawa* tersebut pada PO. busnya. Representasi tersebut diyakini akan membentuk *brand image* dari PO. Haryanto di mata masyarakat. Pengatribusian karakter *pandawa* juga dapat dinilai sebagai kecenderungan untuk mengangkat kearifan budaya Jawa sebagai kebudayaan yang tidak bisa dipisahkan dari seni pertunjukkan wayang.

Pengalihwahaan suatu karya seni dari seni pertunjukkan menuju seni rupa grafis merupakan sebuah cara agar esensi dari suatu bentuk kesenian tidak cepat pudar. Penggunaan simbol-simbol budaya seperti wayang dapat disimpulkan sebagai sebuah proses atau usaha untuk melestarikan budaya Jawa sebagai salah satu identitas bangsa. Hal ini telah terlihat bagaimana antusiasme masyarakat yang kemudian berusaha menirukan hal serupa sebagai bentuk alternatif dalam eksplorasi ide karya seni dan desain.

F. KESIMPULAN

Wayang merupakan salah satu seni pertunjukkan yang tidak bisa dipisahkan dari kebudayaan masyarakat Jawa tradisional. Saat ini, gempuran budaya dari luar yang sangat massif, setidaknya mempengaruhi bagaimana kesadaran budaya pada masyarakat Jawa khususnya yang mulai meninggalkan kesenian tradisional sebagai identitas budayanya.

Melalui berbagai proses pelestarian yang telah ada setidaknya sudah mulai menampilkan hasilnya. Di antara berbagai upaya tersebut salah satunya adalah apa yang telah dilakukan oleh PO. Haryanto melalui desain *livery* bus. Upaya pengalihwahaan bentuk kesenian pertunjukkan ke dalam bentuk grafis

memunculkan berbagai teknik kreatif dalam proses eksplorasi ide bentuk visual. Hasil dari proses tersebut menghasilkan desain yang menarik, unik, serta berbeda dari Perusahaan-perusahaan otobus lainnya.

Daya tarik ini kemudian menjadi tren di kalangan masyarakat. Suatu gaya yang dilakukan terus menerus secara konsisten akan menimbulkan suatu identitas yang melekat kepada pelakunya. Melalui desain *livery* wayang yang diangkat, PO. Haryanto dikenal sebagai perusahaan otobus yang peduli dengan kelestarian budaya Jawa dan menjunjung tinggi nilai-nilai positif yang direpresentasikan oleh tokoh-tokoh *pandawa* pada ilustrasinya.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Haryanto Jakarta Terdekat Untuk Pemesanan Tiket. (2022, Januari 18). PO. Haryanto. <https://www.busharyanto.my.id/2022/01/agen-haryanto-jakarta.html>
- rellia, A. (2022, Desember 16). *Memahami Teknik Deformasi: Pengertian dan Contoh Penerapannya*. detikbali. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6465737/memahami-teknik-deformasi-pengertian-dan-contoh-penerapannya>
- Naik Bis. (2016, Mei 12). *Sejarah PO Haryanto, Mantan Tentara Sukses Di Transportasi*. ayonaikbis.com. <https://ayonaikbis.com/po-haryanto/1579>
- ifah, U., & Kristiana, N. (2021). ANALISIS VISUAL KARAKTER GATOTKACA DALAM GAME MOBILE LEGENDS BANG BANG. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 9(2), 15. <https://doi.org/10.34010/visualita.v9i2.3449>
- roer. (2017). SPIRITUALITAS ISLAM DALAM BUDAYA WAYANG KULIT MASYARAKAT JAWA DAN SUNDA. *Jurnal Sosiologi Agama*, 9(1), 38–61. <https://doi.org/10.14421/jsa.2015.091-03>
- ra, Y. R., Meiriki, A., & Ersyad, F. A. (2019). PENGGUNAAN UNSUR-UNSUR SENI PERTUNJUKKAN KETHOPRAK DALAM IKLAN TVC DJARUM 76 SERI JIN SEBAGAI STRATEGI BRANDING PRODUK. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 21(2), 138–151. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v21i2.1726>
- ayu, H. (2017). LANGGAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL STUDIO KREATIF MARKETING COMMUNICATION (MARCOMM) DI YOGYAKARTA. *DeKaVe*, 10(1), 20–34. <https://doi.org/10.24821/dkv.v10i1.1766>

- Ramadan, M. F. (2023, Februari 3). *Terungkap Konsep Gambar Wayang PO Bus Haryanto Nyontek Bus Ini*. Inews.id.
<https://www.inews.id/otomotif/niaga/terungkap-konsep-gambar-wayang-po-bus-haryanto-nyontek-bus-ini>
- Robby, R., Yusanto, F., & Nugroho, C. (2016). REPRESENTASI KONSEP LAYANAN “GARUDA INDONESIA EXPERIENCE” PADA DESAIN LIVERY “SAYAP ALAM.” *eProceedings of Management*, 840–852.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3491/3312>
- Sandita Blog. (t.t.). *Foto Bus PO Haryanto Terbaru*. Pinterest. Diambil 29 Juni 2024, dari
<https://id.pinterest.com/pin/889179520164087084/>
- Sanggar Budaya Monas Menggelar Pertunjukan Berjudul *Senapati Pancala*. (2022). Indonesia Kaya.
<https://indonesiakaya.com/agenda-budaya/sanggar-budaya-monas-menggelar-pertunjukan-berjudul-senapati-pancala/>
- Sari, J. P. I., & Kurniawan, A. (2023, April 28). *PO Haryanto Kembali Rilis Bus Baru Rakitan Piala Mas*. Kompas.com.
<https://otomotif.kompas.com/read/2023/04/28/082200015/po-haryanto-kembali-rilis-bus-baru-rakitan-piala-mas>
- Setiawan, E. (2020). Nilai Filosofi Wayang Kulit Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Al-Hikmah*, 18(1), 33–50.
<https://doi.org/10.35719/alhikmah.v18i1.21>
- Shabrina, C. (t.t.). *Traditional Srikandi Arjuna*. Pinterest.
- Sipan, P. (2020, April 22). *Ternyata Ini Filosofi Gambar Menara Kudus pada Setiap Bus Haryanto*. Betanews.
<https://betanews.id/2020/04/ternyata-ini-filosofi-gambar-menara-kudus-pada-setiap-bus-haryanto.html>
- Subitmele, S. E. (2022, November 8). *Deformasi Adalah Teknik Menggambar, Ketahui Bedanya dengan Stilasi dan Distorsi*. Liputan 6.
<https://www.liputan6.com/hot/read/5119569/deformasi-adalah-teknik-menggambar-ketahui-bedanya-dengan-stilasi-dan-distorsi>
- Ulumuddin, D. I. I., & Sulistiyawati, P. (2018). *Deformasi Bentuk pada Motif Tenun Troso*. 167–173. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://media.neliti.com/media/publications/266864-deformasi-bentuk-pada-motif-tenun-troso-dd74a9cd.pdf
- Dosen Fakultas Teknik, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.
2. Agung Muhammad Natsir.
 Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.
3. Hafidh Purnomo Aditamami
 Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.
4. Arto Widodo
 Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.

BIODATA PENELITI

1. Yoga Rarasto Putra, S.Sn., M.Sn.