

SIASAT

BARU

Tenaga kerdja & pembangunan ekonomi

Oleh : Subroto

Kenapa ekspor tak begitu lantjar ?

Oleh : Bachtiar Aminuddin

**Sosialisme
Djepang
retak**

Oleh :
Edward Seidensticker

Bajang² mengelam

Oleh : Louis Biro

**Seni dalam
pembangunan
ekonomi**

Oleh : Sudjoko

— TAHUN KE-XIV

No. 684

20 DJULI 1960

Digitalisasi oleh Penggiat Buku

Peranan seni dalam pembangunan ekonomi negara

APA jang akan saja kemukakan disini tidaklah dapat dikatakan suatu rentjana jang tegas-urgen. Urgensi letak dalam persoalannja. Untuk mengadju kannja kadang2 saja ambil kedjadian2 njata diseke liling lita, disana-sini saja bajangkan kemungkinan2, dan sekali-sekali saja tjoba berikan suatu tin djauan umum sekedar untuk menggambarkan beta pa suatu soal jang kini tampaknja sederhana bisa berkembang djadi urusan rumit. Sebab untuk mem pertautan seni dengan ekonomi sudah pasti harus diadakan planning jang sungguh2, dan dalam pe kerdjaan ini kita harus mempunyai gambaran dari matjam2 kemungkinan jang akan kita hadapi.

Siasat ekonomi berdasarkan seni ?

PENJELIDIKAN luas tentang masalah ini rasanja belum pernah didjalankan di Indonesia. Malah an sajapun tidak tahu apakah para teoretikus ekonomi kita mengenal adanja masalah ini.

Bagi banjak orang seni adalah sesuai jang ting kahnja sukar dimengerti; seni, misalnja, tidak dapat ditentukan harga pembeliannja dengan ukuran2 jang mudah masuk akal. Suatu lukisan berukuran 1 M2 jang dibuat dengan ongkos produksi 100 rupiah bisa didjual dengan harga 10.000 rupiah, sedang untuk lukisan lain jang berukuran sama dengan ongkos produksi sama orang tjuma mau bajar pa ling tinggi 20 rupiah. Kelebihan produksi lukisan tidak dengan sendirinja sadja akan berpengaruh ke pada harga, demikian djuga dengan kekurangan produksi. Maka perlukah seni dimasukkan dalam persoalan ekonomi? Dan apakah diatas onberekbaarheid ini bisa dibangun suatu ilmu ataupun pemikiran serius untuk tugas jang teramat berat, ialah pembangunan ekonomi negara?

Beberapa 'Case Histories'

SAJA adjak sdr2 bertolak dulu dari pengalaman sehari-hari. Rakjat disuatu dusun dekat kota Solo radjin mengerdjakan kaju, antara lain membuat tjentong nasi untuk memenuhi kebutuhan sekelilingnja. Pada suatu hari mereka mulai mengukir gagang tjentong itu, lalu tiba2 mereka merasa kewalahan sebab kekurangan tenaga kerdja serta produksi untuk melajani pesanan2 jang kini djuga mengalir dari daerah2 djauh seperti Semarang. Su

atu manipulasi artistik pada tjentong ternjata me ngadakan perubahan tidak ketjil dalam ekonomi dusun itu.

Biasanja orang Indonesia pakai kelom tjuma untuk pergi kesumur sadja dan tidak untuk nonton bioskop dikota. Seorang di Bandung mulai meng 'geulis'kan kelom ini, dan sekonjong-konjong dia bu lan hanya dipakai nonton bioskop atau djalan2 di Braga sadja, tapi di-export pula keluar negeri. „Kedudukan sosial” dan „kehormatan” kelom segera naik, dari djalan betjek dikampung naik keatas per madari dihotel Savoy Homann, dan ada kalanja menghias trottoir Champs Elysees pula.

Apalah sebenarnja jang terdjadi? Ialah suatu „artistic touch”, sedikit fantasi untuk merubah rupa kelom tradisionil, tambah ketangkasan industrial dan komersial.

Pemimpin2 atau orang2 berpengaruh dalam masja rakat boleh djadi akan lebih yakin akan kenjataan ini kalau sudah diadakan penjelidikan2 seksama berbentuk statistik2, laporan2 keuangan dsb. mengenai segala perusahaan di Indonesia jang berusaha men tjari kemudjuranja dengan menggandeng seni, walaupun kejakinannja mungkin akan datang terlambat. Sebab usaha2 ekonomis selalu menghadapi manusia dengan segala sifatnja, kebutuhannja jang berubah-ubah, seleranja, dan impiannja. Pada hakekatnja ekonomi adalah pekerdjaan membudjuk, memikat ataupun menipu manusia.

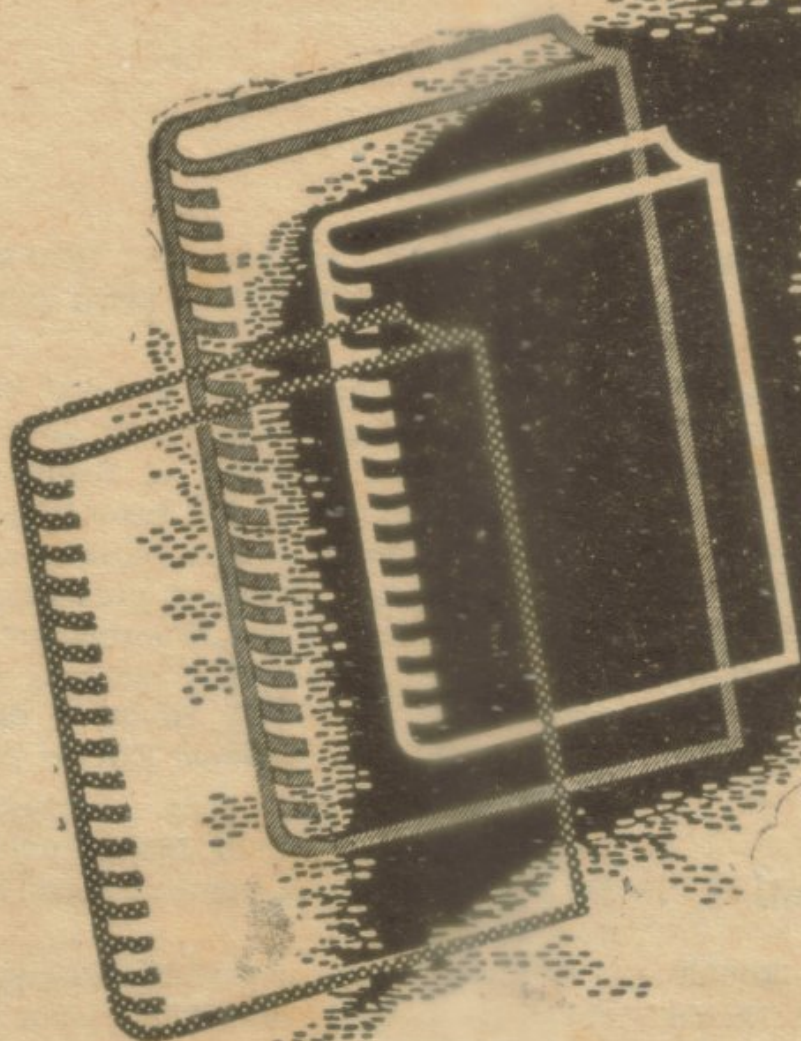
Dengan memakai pola dekoratif atau warna polos atau tehnik menenun tertentu segulungan kain tekstil berhasil meringankan dompet pengundjung toko, sedang gelundung kain lain disampingnja dengan kwalitet bahan dan kwalitet pembuatan jang sama tetapi berpola lain, bisa gagal dalam usaha memikat rakjat.

Sebuah kapal laut jang mengpergunakan bahan2 seperti chrom, plastic dan lain beludru, jang menghidangkan warna2 pilihan, jang diperlengkapi dengan kursi, tempat tidur dan penerangan listrik menarik sebenarnja mempunyai maksud jang sama, yaitu memikat tjalon2 pembeli. Malah sering terdjadi bahwa segala keelokan itu mendjadi kedok dari besi tua mesin2 kapal jang usang belaka sehingga pembeli jang ta' hati2 bisa terdjebak kare nanja. Dan kalau pembeli ini pakai uang negara, maka djadinja djutaan dollarliah kerugian negara.

Djelaslah betapa seni djuga bisa mengalutkan ekonomi negara karena ditunggangi oleh pengeruk2 untung jang bermoral rendah.

PAMERAN BUKU

DJERMAN BARAT



Ilmu Kedokteran
Ekonomi
Teknik dan Industri
Perniagaan
Filsafah dan Ilmu Djiwa
Hukum
Kesusasteraan
Politik dan Ketentaraan
Pengadjaran & Pendidikan
Seni Rupa dan
Keradjinan Tangan

16 s/d 25 DJULI 1960

di PAVILJUN HOTEL „DUTA INDONESIA” - DJAKARTA.

Saja tentu tidak bermaksud akan memprogandakan pemakaian seni seperti ini; ja, kita malahan harus menentang pentjemaran seni sebab dia mengaburkan moral serta merendahkan nama negara dan bangsa. Soal ini akan saja bitjarakan kelak. Maksud saja disini adalah memberi gambaran sedikit dari djalinan erat jang bersifat menentukan antara usaha2 artistik dan usaha2 ekonomis.

**Apakah Seni ? Dimanakah adanja ?
Siapakah Seniman ?**

UNTUK mengurangi salah faham maka perlu kiranya saja kemukakan dulu pengertian Seni jang saja ambil sebagai dasar.

Beberapa bulan jang lalu Tuan Baharudin, tipograf dari Balai Pustaka, mengeluh kepada mahasiswa2 Institut Teknologi Bandung bahwa sedjumlah

seniman Indonesia jang ulung tidak mau diminta menghias buku dengan rentjana kulit dan ilustrasi oleh sebab pekerdjaan ini dianggapnja terlalu remeh dan 'kurang pantas'. Barangkali diantara para hadirinpun ada jang hanya membayangkan lukisan, patung, sastra, musik dan tari sadja dalam mende ngar pengertian 'Seni' ini; ada pula jang barangkali mempunjai gambaran jang lebih lebar dengan memasukkan batik, ukiran, sulaman dan lain sebagainya kedalamnja. Sering pula Seni itu diidentifikasikan dengan pekerdjaan tangan sebagai lawan hasil mesin.

Disini saja tidak akan berpangkalkan hierarki, klassifikasi atau antitesa2 sematjam itu. Artinja, saja tidak akan pilih antara tinggi dan rendah, antara dalam dan dangkal, antara esoteri dan common sense, antara dekorasi dan polos, antara alat renungan dan alat praktis, antara nilai rohaniah dan nilai komersial, antara metafisika dan pragma

tika, antara tradisi dan kebaruan, antara kebutuhan diri dan orientasi sosial, antara pekerjaan tangan dan produksi mekanis.

Apapun yang kita buat dan dijalankan bisa bernilai seni. Untuk mudahnya bialah saja tentukan saja bahwa segala yang menjenangkan, memikat, dan memuaskan bisa bertandakan ke-Seni-an. Penderita hedonistis ini, biar sering diserang dan ditje moohkan, ternyata paling awet dan paling mudah dimengerti.

Lukisan Affandi dan poster sabun tjutji, bentuk patung dan bentuk sendok makan, batik buatan tangan dan tirai tenunan mesin, tjandi Borobudur dan toko klontong, gambar vignet dan meterai dagang, interior istana dan interior dapur, simfoni Beethoven dan lagu Sajangkané, sketsa yang dibuat dengan tjat air atau dengan mesin Kodak, semua ini bisa memikat mata, menjenangkan hati, dan memuaskan perasaan; semua ini bisa memegang peranan penting dalam masalah seni dan pembangunan ekonomi.

Kitapun bisa menundukkan respek besar kepada pentjipta2 ulung dari gambar reklame, bungkus rokok, folder perusahaan tourisme, pisau dapur, barang petjah belah, background music film, huruf2 kepala surat (briefhoofd), tanda2 lalu-lintas didjalan, mainan anak2, bentuk mesin traktor, dan sebagainya. Mereka adalah orang2 yang berdaja tjipta, yang mempunyai rasa tanggung djawab besar, yang serius dalam pekerjaannya. Untuk memberi tjotoh sekedarnya: pentjipta pisau dapur harus menjelidiki dahulu pekerjaan2 apa yang harus bisa dilakukan oleh pisau; bahan2 makanan apa yang bisa dipotong oleh pisau; kesulitan2 apa yang didjumpai dalam pekerjaan memotong itu; bagaimanakah kebiasaan orang dalam memegang dan mempergunakan pisau yang telah ada; apakah kebiasaan2 itu bisa dirubah demi kelantjaraan dan efisiensi pemakaian, dengan merubah bentuk serta usaha penerangan yang efektif; apakah pisau dapur di Indonesia menunjukkan perubahan2 dalam fungsinya (mis.: banjak pisau dengan bentuk pisau dapur kini dipakai untuk makan roti saban pagi, dirumah maupun dihotel); berapa banjak perubahan2 itu; sjarat2 apakah yang diminta pisau untuk menyesuaikan diri dengan perubahan2 itu; bagaimanakah kemungkinan2 bahan, telmis, pembiajaan dalam produksi; untuk memperluas pasaran maka sjarat2 apa harus dipenuhi pisau tsb. supaya disukai orang diluar negeri; bagaimana bentuk artistiknya; bagaimana kekuatan membeli masyarakat yang akan diminta membeli pisau ini; dan lain2. Djadi suatu benda biasa dapat lahir melalui penjelidikan2 dan eksperimen2 luas yang meliputi bidang2 anatomi dan fisiologi manusia, ekonomi dan sosial, ilmu bahan, metode produksi, keinginan dan selera golongan2 masyarakat, dll. Salah perentjanaan dan perhitungan bisa membawa kerugian2 besar bagi produser maupun pendjual. Ini menyebabkan bahwa seorang designer tidak selalu bisa bekerja sendiri, dengan mana dibuktikan pula keharusan interdependensi antara berbagai lapang usaha dengan seni dan seniman, demi sukses ekonomis, dan terutama demi hidup manusia yang lebih baik.

Tudjuh pokok masalah

BAGAIMANAKAH pembangunan ekonomi dimana seni njata2 memegang peranan penting? Berhubung hal ini adalah soal baru bagi kita semua, maka disini hanya bisa dikemukakan beberapa saran saja. Tambahan pula saja tidak tahu banjak mengenai ekonomi, dan untuk ini saja minta beribu maaf. Maka tentu saja ada banjak soal rumit yang tidak saja ketahui atau duga akan turut mempengaruhi saran2 dibawah ini. Pendapat2 dan saran2 sangat diharapkan disini.

Ada tudjuh pokok penting yang hendak saja kemukakan disini dan yang kemudian akan saja uraikan lebih djelas.

1. **Memperbanjak lapang usaha dan kesempatan bekerja** dengan sendirinja masuk dalam rentjana pembangunan ekonomi kita. Industri2 ringan maupun berat harus ditambah dan didirikan untuk memenuhi kebutuhan2 kita, untuk mengurangi djumlah kebutuhan yang harus di-import, dan untuk melayani kebutuhan2 luarnegeri. Disini seniman membantu dalam menjuburkan kehidupan perusahaan dan mempopulerkan „Buat an Indonesia” atau „Made in Indonesia”. Disamping itu seni sendiri mendjadi sumber dan pentjipta suatu matjam kebutuhan setiap manusia, ialah kebutuhan akan seni.
2. **Usaha2 untuk memperbesar dan mempertjepat penjaluran dan pendjualan barang** banjak bergantung kepada seni. Propaganda berupa tulisan, gambar, pameran dan pementasan minta fantasi, pengetahuan dan tanggung djawab besar dari seniman.
3. **Dalam memperbesar volume eksport** tugas seni akan bertambah banjak sedjadar dengan perkembangan industrialisasi dan usaha2 kita yang lain untuk mempergiat eksport. Selain dengan propaganda, maka seniman djuga membantu mempertinggi kwalitet barang dan memperbesar kepertjajaan luarnegeri kepada buatan2 kita.
4. **Tourisme Indonesia** adalah sumber valuta asing yang kini sudah mulai mendjadi perhatian sungguh2 dari Pemerintah. Peranan seni disini tidak mungkin disangsikan lagi. Dunia luar dan touris asing harus kita pikat dengan seluruh kegiatan kita dalam dunia seni. Touris2 Indonesia sendiri tentu akan turut meramalkan kehidupan ekonomi.
5. **Memperbanjak ahli** dalam segala bidang adalah kewadajiban mutlak bagi setiap negara yang ingin maju pesat. Dinisi sekali-kali tidak boleh dilupakan bahwa senimanpun adalah ahli, dan djumlah ahli dalam seni harus diperbesar dengan memberi kesempatan beladjar yang banjak didalam maupun keluar negeri.
6. **Seni bisa didjadikan alat** untuk mendorong semangat bekerja dan untuk mentjipta suasana senang bekerja. Segala rentjana ekonomi akan gagal djikalau tidak ada kegairahan dan potensi bekerja pada rakyat.

7. Segala matjam kegiatan seni jang aktif maupun appresiatif harus dipupuk terus menerus. Masyarakat jang berdjawa seni adalah sumber daya tjipta dan sumber manpower untuk keperluan pembangunan ekonomi.

Perkenalkanlah saja sekarang memberi uraian sekedarnya atas pokok2 tersebut tadi:

1. Dengan tjontoh pisau dapur tadi telah saja tjoba gambarkan betapa pentingnja peranan seniman (industrial designer, product designer, atau nama2 lain) dalam proses produksi. Achirnja setiap barang harus diberi bentuk tertentu djuga. Senimanlah jg mengkonsipieer bentuk itu; senimanlah jang mengintegrasikan dan mempersenjawakan segala sjarat jang diminta dari barang itu dalam satu bentuk achir ('achir' tidak usah berarti 'mutlak'). Bentuk barang harus melahirkan segala matjam rasa senang bagi pemakai, misalnja menjenangkan untuk dilihat, dan memuaskan dalam pemakaian. Berbagai sebab rasa senang ini (tentu termasuk djuga kwalitet, harga, kondisi2 pembajaran, disediakannja service pemeliharaan, dsb.) menimbulkan keinginan untuk membeli barang itu. Suatu barang memenuhi kebutuhan manusia, dan rasa senang itu adalah salah satu kebutuhannja jang harus dipenuhi djuga. Djikalau industri kita tidak dapat memberi kesenangan kepada konsumen, maka konsumen akan mentjari barang lain jang bisa memberi kesenangan kepadanja. Dan barang pilihannja ini rebetulan bisa berupa barang buatan luarnegeri. Keadaan sematjam ini tidak menguntungkan industri kita serta memperlambat pertumbuhannja. Kalaupun barang luarnegeri ini tidak ada atau terlampau mahal, maka keinginan untuk membeli barang buruk buatan dalamnegeripun tidak besar. Publik akan lebih banyak menahan diri. Hasrat wanita untuk membeli kain badju, keinginan gadis untuk memiliki tas kulit amat sedikit atau tidak ada. Seringkali penduduk kota jang seleranja kurang lebih djelas bentuk2nja akibat perkenalan sehari-hari dengan film2 dan majalah2 bergambar luarnegeri amat sukar bisa dibujuk untuk membeli barang2 ta' bagus buatan dalam negeri, dengan tjatatan bahwa barang2 bagus buatan desa atjap kali tidak masuk perhatiannja djuga, disamping mereka bisa tertarik kepada barang buruk dari luarnegeri. Selama orang masih sangsi kepada „Made in Indonesia”, selama itu pula ta' adalah bantuannja jang penuh kepada perindustrian Indonesia.

Kegiatan seni di Indonesia kini lebih meluas. Sekolah2 menengah jang memberi pendidikan seni djauh lebih banyak dibandingkan dengan dizaman Belanda dahulu. Pameran2 seni diadakan dengan frekwensi lebih rapat. Kepekaan seni orang Indonesia nistjaja telah bertambah besar. Puluhan ribu orang Indonesia sudah pernah melihat keadaan di luarnegeri, dan djumlah ini akan meningkat tjepat. Mereka membawa pulang matjam2 barang dan keinginan baru jang tjepat berpengaruh kesekelilingnja. Pemberantasan butahuruf membuka dunia2 baru serta memperbanyak perubahan2 didalam hati masyarakat Indonesia. Orang Dusun jang membata buku tentang kesehatan tidak akan puas lagi dengan keadaan rumah dan sekelilingnja. Dikota-kota sudah terasa betapa orang ingin perabot rumah tangga lain, ingin barang petjahbelah lain, ingin tekstil dan potongan badju lain, ingin warna2 lain. Dari kota2 ketjil dan „daerah2” orang muda datang berbondong-bondong untuk bersekolah di sekolah2

landjutan, dan universitas2 untuk meneruskan hasrat beladjar dan untuk memenuhi permintaan akan tenaga kerdja didalam masyarakat modern jang sedang kita bangun itu; dan ini semua adalah katalisator2 perubahan2 dalam pandangan, tjara hidup, kebutuhan2 dan tjitarasa. Dusunpun akan didatangi traktor dan generator dan mesin, dan akan lainlah keadaan Dusun kelak. Tentu dalam suasana jang lebih dinamis ini industri harus mempunyai kepekaan lebih halus dalam melihat gedjala2, planning produksi lebih tepat, dan idee2 estetis jang terus hidup.

Beberapa seniman keramik di Bandung ini, dalam suatu diskusi umum di Institut Teknologi Bandung beberapa bulan j.l. bertjeritera bahwa ada sejumlah bentuk keramik jang hari ini laku sebagai katjang goreng, tapi dua tahun kemudian ta' bisa terdjual lagi. Orang minta bentuk2 lain. Djadi persoalan2 sematjam ini sudah dihadapi industri kita djuga. Puluhan seniman dan peladjar seni kini terpaksa diikut sertakan, ingeschakeld didalam produksi keramik ini, dan hasilnja seljurang2nja ialah bahwa djumlah pabrik keramik kini bertambah untuk mengisi daerah pasaran jang lebih luas. Dalam bulan Djuni j.l. sadja didalam koran Pikiran Rakjat di Bandung sudah tiga kali terbatja iklan2 jang meminta seniman2/designers untuk berbagai perusahaan swasta.

Setiap benda keramik Bandung jang disebarkan bisa memberi sentuhan, perubahan atau djuga schok dalam selera orang jang melihatnja. Orang boleh suka atau tidak suka kepada keramik baru, tapi schok ta' bisa dihindarinja atau dilupakannja, dan ini sudah tjukup untuk membuat orang itu „lain dari pada dahulu”. Suatu schok jang disebabkan oleh warna, kontour, plastik, permukaan baru menjebabkan dia dengan sadar atau ta' sadar mengadakan bandingan2 dengan bentuk2 lama, atau orientasi baru dalam bentuk2 jang sudah ada. Dia bisa anggap suatu bentuk lama itu ta' tjotjek lagi, atau dia bisa membuat „ontdekkijng” dalam bentuk lama jang tradisionil atau jang tersembunji, tersisih dan terbatas daerah hidupnja. Dia bisa membuat „ontdekkijng” dalam rupa2 lama dari pelita, kendi, sandal, bagor dll. Suatu tjontoh adalah kepopuleran pahatankayu 'primitif' Bali jang kini telah dibebaskan dari persembunjiannja didusun Bali dan malahan dieksploitir diluar Bali, a.l. di Bandung, demi kebaikan atau keburukan.

Pembijtaraan saja kini rupanja sudah beralih kepada bentuk dan material lama, dan industri rakjat jang dikenal maupun anonim. Sebab2 perubahan2 dalam selera merupakan masalah jang kompleks djuga. Tetapi senimanlah orang jang biasanja sanggup melakukan registrasi jang sulit dan memerlukan kepekaan jang halus itu. Pengalaman jg dialami kelom atau bakiak bisa djuga dialami (atau sedang dialami) oleh batik, bambu, bagor, idjuk, bato dan daun kelapa, dsb. Seniman bersama pengusaha bisa menemukan penggunaan2, teknik2 pengerdjaan dan bentuk2 baru dari padanja, menghidupkan lapangan industrinja dan memperebutkan pasaran2 baru.

Tjontoh jang brilliant dan mengagumkan adalah design dari apa jang kita kenal dengan „sandal Djepang”. Harus ditjatat dahulu bahwa sandal Djepang buatan Djepang sendiri adalah lebih baik dari sandal Djepang buatan Bata di Djakarta. Idee untuk memakai djempol kaki dan djari didekatnja sebagai pendjepit dan pengerat sandal kepada kaki su

dah lama dikenal dikalangan rakyat jelata di Indonesia. Tetapi genius Djepang telah mendahului kita, dan dalam sekejap mata sandal Djepang dapat merebut pasaran dunia sambil mendiktir bentuk sandal baru buatan Bata. Bentuk sandal ini rasanya sudah mutlak dan tidak bisa diperfeksionir lagi.

Untuk menghilangkan salah faham maka perlulah saja diperjelas lagi apa pekerjaan seniman itu. Pada awal pembicaraan telah saja beri contoh2 ba-kiak! tjentong dan kain, dan dari sana mungkin para hadirin akan menjangka bahwa seniman itu tjuma dekorator atau ornamentor melulu, penambah-nambah sesuatu yang polos dengan hiasan. Seniman seringkali bukan itu saja. Dia adalah pentjipta bentuk komplis. Kelom geulis yang tanpa ukiran dan tjat emas pun bisa merupakan bentuk seni yang selesai. Demikian juga suatu meja tulis atau mesin bubut atau sendok yang tanpa ornamen bisa menjadi benda seni. Gelas minum, sandal Djepang, dengan segala kesederhanaannya dan segala pembatasannya kepada hal2 yang paling inti atau esensial, bisa menjadi 'work of art' yang bermutu.

2. Kegiatan produksi barang erat hubungannya dengan kegiatan penjualannya. Penjualan barang erat hubungannya dengan kemauan orang membeli. Apa yang menjadi sebab2 orang membeli barang itu tidak bisa dijawab dengan mudah saja. Tetapi sudah terang propaganda memegang peranan yang ta' terkira besarnya. Propaganda ini berbentuk iklan, papan reklame, surat selebaran, spandok, slide, film, folder, papan nama toko, etalage, showroom, pekan dagang, mobil atau truck yang bergambar atau ditambah dengan alat pengeras suara kiriman2 atau hadiah2 berupa tangkalan, kertas pengisap tinta, kartu lebaran, dan tjara2 lain. Ratusan ribu seniman bekerja dibidang ini didunia. Penggambar, pelukis, kalligraf, tipograf, litograf, lay-out man, ahli potret, ahli pidato, penulis, sutradara, pemusik dan komponis, pengatur pameran, peragawati dan banjak lagi. Wartawan2 yang membertjakapkan, memudji dan menghebohkan barang menjadilah propagandis ta' langsung (atau langsung), malahan resensi yang pedas menjela bisa melariskan penjualan barang, misalnya buku2 dan film2 tertentu. Pemain2 film populer yang dalam film2nya tampak hidup dalam interior tertentu, pakai potongan pakaian tertentu, minum dan merokok merk tertentu adalah propagandis2 yang mempengaruhi djutaan penonton. Lagu yang dinyanyikan aktor populer melambungkan penjualan piring hitam tertentu, demikian juga dengan piring hitam yang agak sering diputar distudio radio.

Toko yang merubah namanya atau design papan namanya, eksteriornya dan penerangan lampurnya, dengan mendadak bisa lebandidjiran pembeli. Suatu perusahaan (mis. perusahaan susu) bisa memperbesar omzet dan djumlah langganannya hanya dengan memberi warna lain, gambar lain dan design huruf lain diatas mobil2 pengantar susunya. Perusahaan yang matjet bisa tinggal menjewa penulis teks iklan dan pentjipta folder yang mahir untuk memutar rodanya kembali.

Disamping propaganda2 tsb. ada pula seniman2 pemikat lain yang merentjapkan bungkusan, kotak, botol, kaleng dsb. untuk menarik pembeli. Rasa dari gula2 atau tjoklat tergantung pada bungkusannya. Kepertjajaan orang kepada obat tergantung pada botol dan etiketnya.

3. Kita tentu akan senang kalau bisa mengekspor barang buatan kita sendiri. Sandal Djepang tadi sudah menunjukkan bahwa suatu barang sederhana bisa mendatangkan sukses komersial dinegeri yang maju seperti Amerika Serikat. Ini tentu tidak disebabkan oleh design-nya saja, tapi juga oleh ongkos produksi sandal tsb. yang ta' bisa dilawan oleh Amerika. Benar juga bahwa suatu negara mengimpor barang karena harganya yang rendah, dan tidak usah selalu karena design-nya.

Hongkong misalnja banjak mengekspor kemedja ke Amerika Serikat; harganya ditoko ialah satu dollar, padahal kwalitet kain sama dengan kwalitet kemedja buatan Amerika yang harganya tiga dollar. Tapi seorang yang ingin berpakaian baik untuk duduk dikantor, berdjalan di Fifth Avenue, pergi ke konsert, atau bertamu, dia ta' kan pakai kemedja Hongkong, tapi kemedja USA yang berharga 4 atau 5 dollar. Apakah yang menentukan disini? Ialah design, potongan kemedja Arrow dan Van Heusen yang lebih rapi dan bagus. Disini seniman mode menang.

Sandal Djepang dipakai dikampus universitas, untuk pergi belandja ketoko dan untuk bertanding, bukan karena harganya yang murah (satu dollar) tetapi karena orang ta' malu memakainya sebab design yang bagus. Djadi designer disini memperbesar omzet, memperkerap pemakaian sandal, dengan akibat mempertjepat slijtage-nya dan penggantianja dengan sandal Djepang baru.

Sebenarnya tidak ada alasan mengapa Indonesia tidak bisa menjapai sukses2 sematjam demikian dengan barang2 ringan yang mudah dibuat, apalagi kalau kita sudah mempunyai mesin2 modern dan armada kapaldagang sendiri yang besar, dengan apparatur distribusi dan ketjaksanaan business yang efektif. Djadi Indonesia harus punya seniman2 lebih banjak dan iklim seni yang lebih menjenangkan untuk bisa mempertinggi nilai tas bambu, kursi rotan, baju batik, barang perak dll. yang disukai orang diluar negeri. Tidak ini saja: segala barang yang kita buat dengan bahan modern atau dengan bantuan teknologi modern pun — matjam2 karet, nylon, plastic, logam, plywood dll. — bisa punya potensi ekspor karena pekerjaan seniman. Seniman2lah yang menentukan sukses gilang-gemilang dari mesin tik Olivetti, scooter Vespa, mobil Volkswagen, vulpen Parker, piringan hitam Artur Rubinstein, film „The Third Man“, buku „Dr. Zhivago“, dan publikasi2 Albert Skira.

Bisa dibayangkan juga bahwa hasil2 sastra Indonesia pada suatu waktu, karena nilai, karena kemudjuran yang ta' disangka-sangka atau toevallige samenloop van omstandigheden, akan dapat pasaran diluarnegeri. Suatu kebetulan adalah misalnja perhatian dunia Barat kepada kebudayaan Timur yang kini tambah besar.

Piring2 hitam longplay musik Indonesia yang ke-
lihatan terdjual diluar negeri adalah buatan perusahaan2 asing saja. Mereka ambil rekaman2 tape di Indonesia sendiri atau dinegeri mereka sendiri dimana rombongan penari Indonesia kebetulan sedang berada. Maskapai2 tsb. adalah Columbia, Westminster, Folkways dan Period, dan mungkin ada lagi, berarti tjukup banjak juga. Ada bala-
djika rombongan2 pemusik dan penari Indonesia yang dikirim keluarnegeri disertai atau segera diikuti oleh piring2 hitam buatan kita sendiri untuk didjual, atau sedikitnja dengan penjualan hak2 me-
rekam. Inilah yang misalnja didjalankan oleh

Sovjet Rusia. Tour penari2 Moiseyev segera diikuti oleh rekaman2 musik Moiseyev, dan demikian pula dengan tour2 Emil Gilels, David Oistrakh dll.

Industri film kitapun harus menjadi sumber devisa yang besar. Harus segera diusahakan supaya kebutuhan akan bahan dan alat2 pembuatan film terpenuhi dengan kontinu. Tetapi tanggung jawab besar letak pada sutradara, penulis skenario, kameraman, editor film, dan pemain, yang harus menunjukkan mutu pekerjaan tinggi. Sukses film tidak usah terletak pada perlengkapan teknik yang mengagumkan atau pembiajan besar. Ini telah dibuktikan oleh kaum Neo-Realis Italia, kaum „New Wave” Perancis, produser2 „Independent” di Amerika Serikat, Ingmar Bergman dan Satyajit Rao. Dajatipta, semangat seni, inilah yang penting dan yang harus dipupuk. Dengan tjatatan, bahwa selera massa bisa dieksploitir juga. Setiap film yang diekspor disertai film2 dokumenter mengenai segi2 Indonesia yang kiranya bisa timbulkan perhatian dan keinginan besar untuk mengunjungi Indonesia atau menandatangani perjanjian dagang dengan Indonesia.

Untuk segala kepentingan ekspor ini seniman2 komersial kita akan berhadapan dengan masalah2 besar, ialah menghadapi bangsa2 asing yang berbudajaan lain, berselera lain, minta syarat2 lain, berfilsafat hidup lain, bernorma-norma lain. Propaganda djitu bergantung kepada pengetahuan yang suka ini. Barangkali saja bisa beri gambaran2 samar ini: reklame barang Indonesia untuk daerah Amerika Serikat barangkali akan paling efektif djika didalamnya ditekankan kesesuaian barang dengan „modern living” atau „easy living”. Tetapi reklame sematjam ini mungkin ta' kan berhasil untuk negara2 yang memusuhi idee „easy living” ini.

Tjontoh kedua: poster2 dan folder2 yang kita sebarakan diluar negeri akan berisi gambar2 yang disesuaikan dengan keadaan dimasing-masing negeri. Disini termasuk juga tjorak atau gajah. Misalnja, apakah ilustrasi2nja harus „modern”, „abstrak”, atau „realistis”. Kalau salah pilih maka disuatu negara propaganda kita bisa disebut „kuno”, atau „konvensional”, sedang ditempat lain reklame kita bisa ditjela dengan kata2 „burdjuis”, „deladen”, dan sebagainya. Ini bisa berpengaruh besar kepada hasil propaganda yang kita harapkan.

Tjontoh ketiga: propaganda baju batik dengan paragawati2 Indonesia harus disesuaikan dengan ukuran badan dan ukuran ketjantikan yang paling idea dinegara asing. Paragawati kita yang langsing dan tidak tinggi akan ditertawai oleh penonton2 asing yang suka kepada wanita yang tegap2 dan besar badannja.

Tjontoh keempat: kerupuk udang bisa kita dijual di Indonesia dengan bungkus sederhana. Tetapi untuk menjual kerupuk diluar negeri perlu design bungkus atau design kaleng yang lain, dengan material lain, dengan tipografi, kwalitet tjetakan dan warna2 lain sesuai dengan syarat2 untuk negeri luar.

Pokoknja, seorang seniman komersial kadang2 harus sanggup mengindetifisir diri dengan bangsa lain dan seakan-akan melupakan sementara bahwa dia orang Indonesia; dia harus sanggup berpikir setjara Internasional.

Jang sangat penting dalam ekspor ialah pendjaan kwalitet barang. Orang diluarnegeri harus mendapat barang2 yang berkwalitet baik, dipandang dari segi estetis, teknis maupun fungsional. Nama

baik Indonesia bergantung kepadanya. Ditempat business yang paling strategis perlu ada suatu gedung Pusat Design. Tugasnja ialah: a) menampung tjontoh2 (monster) design yang menurut produsen adalah baik; b.) mengudji barang2 tsb. dengan matjam2 metode, lalu mengembalikan kepada produsen barang2 yang ternyata kurang baik, disertai nasehat2; c.) memamerkan design2 baik dalam pameran tetap dan selalu berganti barangnja; d.) membantu pemiknat2 dengan kontak2 business setjara lantjar.

Kita ta' boleh mengekspor kemedja batik yang ta' memenuhi syarat2 luarnegeri untuk kemedja musim panas, walaupun motifnja bagus. Kita tidak boleh mengekspor pajung yang hiasannja bagus tetapi digambar dengan tjat yang inferieur; pajung yang konstruksinja tidak kuat dan tidak rapi tidak boleh diekspor.

Demikian juga dengan ekspor barang2 lain seperti teh, kopi dan tembakau; kwalitet barang tidak boleh bertentangan dengan propaganda kita, sebab dengan menipu atau dengan ketjerobohan atau kelalaian lama2 kita akan rugi sendiri.

Seorang touris kundjungi Bandung. Dilihatnja bendera ketjil bertulisan BANDUNG dan bergambar kan Gedung Sate atau gunung Tangkuban Perahu. Dibelinja bendera itu untuk kenang'an. Kalau restoran serukan kepadanya „Djangan tinggalkan Bandung sebelum minum badjigur!” maka dia merasa berkewadjaan untuk minum badjigur.

Segala matjam bisa ditawarkan kepada touris, barangseni. Disetiap objek tourisme disediakan toko barangseni. Restoran2 disini harus tampak bersih, sehat, menjenangkan; inilah antara lain pekerjaan arsitek dan designer interior. Ahli2 taman atau pemandangan harus membantu membuat suatu danau atau suatu kawah menarik dengan djalan2 ketjil, tempat2 istirahat dsb. untuk mempermudah touris tanpa merusak pemandangan. Pertundjukan2 seperti tarian mesti diorganisir sedemikian rupa sehingga touris yang datang di Bandung tjuma untuk sehari sadja bisa melihat sekurangnja satu tarian. Sebelum meninggalkan gedung pertundjukan berilah kesempatan kepadanya untuk membeli buku „The Art of Pentjak”, atau piringan hitam musik daerah ataupun musik Indonesia modern. Buku dan rekaman ini sadja sudah menghimpun pekerjaan sedjumlah seniman seperti cover-designer, perentjana kulitbuku, ilustrator, penulis, ahli potret, seniman musik. Buku2 dan piring hitam ini akan djadi propaganda gratis bagi kita diluar negeri, oleh karena itu tidak boleh dibuat sembarangan sadja.

Banyak bendaseni yang ingin dibeli touris, tapi keinginan ini hanya bisa terkabul kalau dimana-mana (mis. dihotel) disediakan service pembungkus an barang dan pengirimannja keluar negeri setjara mudah dan lantjar. Seorang touris tidak suka habiskan waktu menjari tali, perekat, kotak kosong, kertas bungkus dan label pospaket, kemudian menjari kartupos untuk antri disana. Bukankah surat kabar NEW YORK TIMES menulis pada bulan Februari j.l. bahwa Indonesia penuh dgn „charm and inconvenience?”

Perhatian, ketjermatan dan ketjintaan sangat besar harus ditudjukan kepada pembuatan buku2 dan madjalah2 touris, untuk mana banyak seniman ter

(Landjut kehalaman 29)

jang menjenak dalam perutnja, ketika ia menatap bajangannya ditjermin itu. Lalu ia terduduk lagi. Seraja mengambil sapu tangannya dari dadanja dihapuskannja tjat dan bedak jang menempel dimukannya..... makin njata kedjelikan pipi dan sekitar matanja..... semua dihapuskannja, dengan gerak jang lamban dan mengandung kedjemuan.

Forgacs menatapnja, bisu. Sekali lagi perempuan itu berdjalan ketjermin, dan

tanpa membalikkan tubuhnja, ia mengumamkan sepotong kata, pajah:

„Pergilah.....”

Forgacs bangkit dari duduknja, sebagai tergilas dadanja rasanja; sementara airmatanja mulai menitik dibulu-bulu matanja. Dengan tanpa suara sedikitpun ia keluar dari kamar itu, — sebagai jang ditinggalkannya itu sebuah majat sadja.....***

(Terdj. H. Winarta)



Landjutan halaman 22 :

Belakangan ini Sohyo telah memperlihatkan tanda-tanda bahwa mereka mesti memberikan reaksi rja kepada tekanan2. Pada bulan Djanuari, golongan jg menguasai organisasi tsb sekarang tih mengeluarkan suatu pernyataan jg mengemukakan bhw dimasa depan organisasi tsb. akan menjatakan pendirian politis terhadap beberapa masalah dan non-politis terhadap masalah-masalah lainnja. Apa jg kelihatannya terdjermi dlm rintangan kesukaran sematjam ini ialah suatu pengakuan bhw perserikatan sekerdja jang bersifat politis sudah sampai kepada massa impassanja dan bahwa untuk selandjutnja serikat-serikat sekerdja mesti lebih banyak menekankan titik-berat kegiatannya dalam masalah-masalah ekonomi. Orang harus dibawa kembali kepada

masa, dimana tidak lama sebelum pendulu Sohyo jang dikuasai oleh kaum komunis djatuh menjadi berkeping-keping, pernah mengeluarkan pernyataan2 jang sama pula samar-samarnja seperti pernyataan jang telah dikeluarkan oleh Sohyo diatas tadi. Adalah tidak realistis rasanja untuk meramalkan nasib jang serupa bagi Sohyo sendiri. Akan tetapi apa jang sedang terdjadi mungkin akan banyak artinya bagi nasib dari kedua partai politik jg telah memetjah sosialisme Djepang menjadi beberapa bagian.

Itulah semuanya jang bisa dikatakan pada masa sekarang ini. Karangan ini harus diakhiri sebagaimana awalnja, dengan suatu penolakan untuk membuat ramalan2 tentang masa depan dari suatu perkembangan jg katja-balau serta tidak tetap.***



Digitalisasi oleh Penggiat Buku

Landjutan halaman 8 :

didik harus dikerahkan. Publikasi2 dipetjah-petjah dalam propaganda nasional, propaganda regional, propaganda lokal, propaganda pesta2, fungsi2, kegiatan2, segi2 hidup, sifat2, Fakta2, angka2 dsb. harus disusun sejara tjermat utk mana a.l. diperlukan editor ahli, mis. dalam buku penuntun hotel2 dan fasilitas2 lain. Tipografi dan kwalitet tjetakan harus sebaik mungkin. Banyak waktu harus dipergunakan dalam perentjanaan dan lay-out untuk menemukan elastisitet bagi versi berbagai bahasa, tanpa terlalu meninggikan ongkos produksi, dan tanpa mengganggu nilai estetis maupun kedjelasan. Pe-

kerdjaan ini harus diserahkan kepada seniman2 jang terdidik keras dan berpengalaman banyak, dan bukan kepada sembarang orang atau pertjetakan sadja dengan alasan ongkos rendah dan kerdja tjepat.

Disamping itu selalu diperlukan poster2 dan folder2 untuk mengumumkan kedjadian2 penting dalam waktu dekat, misalnja pameran nasional atau Galungan di Bali.

Hotel2, restoran2 dan toko2 harus menjelenggara lan propaganda kolektif untuk kepentingan mereka sendiri djuga. Propaganda dengan pembiayaan swasta atau semi-swasta ini bisa mendjamin pengerahan tenaga seniman2 dan ahli2 jang terbaik. Propaganda dari pihak badan pemerintah sadja mungkin akan berkwalitet rendah karena pembatasan budget.

Sedjak zaman purba orang sudah tahu betapa pengaruh seni atas djiwa dan perbuatan manusia. Pukulan genderang bisa menjalankan semangat, dan njanjian menimbulkan rasa saju.

Pembangunan ekonomi menghendaki tenaga kerja hebat, tenaga bekerja menghendaki semangat bekerja, semangat bekerja menghendaki sikap hidup positif terhadap kerja. Seni harus dikerahkan untuk mentjipta kegembiraan bekerja dan memperbesar potensi rakyat. Ini adalah soal yang tak mudah, yang menjangkung konsep2 seperti kebebasan individu; hak2 pemerintah untuk mendjalakan sensur, kontrol dan pendjurusan; filsafat kenegaraan; filsafat pendidikan; demokrasi, sosialisme, dan sebagainya, soal2 mana tak dapat saja bitjarakan disini. Tetapi sudah tidak dapat dibantah lagi bahwa suara, warna, batjaan, film, radio sanggup mengadakan perubahan2 dalam pandangan, perasaan, djiwa dan sikap hidup manusia. Bagaimana tepatnya pengaruh seni ini belum seluruhnya bisa terjawab oleh ilmu pengetahuan, mis. pengaruh film atas masyarakat belum jelas benar. Saja kemukakan hal ini untuk memperingatkan siapa saja supaya jangan terlalu tjepat mengambil tindakan2 berdasarkan observasi tak lengkap dan metode2 penjelidikan yang belum diudji. Namun ilmu2 pengetahuan seperti psikologi, fisiologi, fisika dan sosiologi sedang giat bekerja dibidang sulit ini. Bahwa matjam2 warna bisa menimbulkan perasaan „panas” atau „dingin” kini bukanlah pendapat yang melulu berdasar perasaan saja, tetapi sudah dibuktikan pula oleh fisika. Maka berbagai ilmu pengetahuan kini sudah berhasil atau sedang berusaha memetjahkan masalah2 pengaruh warna, suara, ruang, penerangan listrik, suhu dll. atas berbagai perasaan seperti gembira, tenang, bingung, bosan, letih, lesu.

Sebenarnya, seniman sedikit banyak sudah mempunyai pengetahuan tentang ini berdasarkan intuisi, perasaan dan pengalaman. Setiap orangpun bisa mengalaminya kalau dia masuk kamar dengan warna dinding, besar ruang, susunan perabot dan penerangan tertentu; buku yang mempunyai bentuk huruf, susunan body matter, gambar dan kertas tertentu bisa mengakibatkan kegembiraan atau kebosanan belajar; dan suatu kursi bisa membangun atau melemahkan semangat bekerja orang yang duduk diatasnya.

Pembangunan ekonomi bukanlah soal mendirikan pabrik, mendatangkan mesin dan mendidik teknisi belaka. Soal yang penting adalah bagaimana suasana hati manusia yang bekerja didalam pabrik itu. Tinggi rendah produktivitet ditentukan juga oleh rupa pabrik itu dari luar maupun dari dalam; efisiensi bekerja dikantor banyak bergantung kepada bentuk meja, bentuk kursi, susunannya, peredaran udara, penerangan, dst. Designer yang intelligent bisa memetjahkan soal2 ini dengan makan ongkos yang rendah, ja, mungkin lebih rendah daripada ongkos yang harus dibayar kepada pemborong sembarangan. Bagaimanakah pula pekerja beristirahat diantara jam2 kerja? Bagaimanakah dia mempergunakan waktu sehabis bekerja? Bentuk2 seni seperti arsitektur, taman, meubel, musik, sandiwara, film, tari dsb. bisa menjumbang kepada kegembiraan bekerja dan pemulihan enersi setiap hari. Dalam rentjana2 industrialisasi, mekanisasi, peninggian produktivitet, efisiensi, pembangunan perkampungan buruh, segala tenaga seniman harus dikerahkan.

Dalam rentjana2 memperbanyak ahli2 untuk pembangunan ekonomi maka kebanyakan orang, termasuk pembesar2 pemerintah, hanya memikirkan pendidikan insinjur, ekonom, dokter, dan tenaga administratif saja. Dengan uraian2 diatas sudah jelaslah bahwa pendidikan seniman harus mendapat perhatian besar. Tjara membagi-bagikan scholarships atau fellowships luarnegeri mis. bisa menggambarkan ada atau tidak adanya keinsafan ini.

Dalam dunia modern ini seniman tidak lahir begitu saja dan tidak akan jadi ahli berdasarkan bakat saja. Sudah dari zaman prasedjarah seniman adalah hasil didikan. Orang jadi pandai besi atau ahli keramik karena sedjak masa kanak2 dia sudah harus membantu ajahnja menempa besi dan memutar kendi. Tetapi proses belajar ini terlalu lama untuk zaman serba tjepat seperti sekarang ini, walaupun tentu pengalaman lama tetap berharga. Lagi pula persoalan2 dizaman teknologi dan ekonomi modern ini sudah ribuan kali lebih rumit dari pada dahulu. Seniman komersial, seniman industrial kini harus mempunyai pengetahuan yang begitu banyak seperti pengetahuan bahan, psikologi pakai (applied psychology), penjelidikan pasaran, analisa pembiajaan, perentjanaan produksi, lindungan hukum atas design oridjinal, tipografi, ilmu pasti, fisika, sosiologi, menggambar teknis dll. sehingga ia memerlukan didikan yang tjepat, baik, intensif. Kita ingat pulalah berapa banyak ilmu yang terhimpun dalam industri film saja.

Sudah terang bahwa seni adalah faktor penting dalam pembangunan ekonomi. Tenaga2 seniman harus didapat dari masyarakat berseni, atau masyarakat yang „art-minded”. Untuk mendapat masyarakat berseni itu harus ditjipta iklim seni yang sebaik2nja. Pemerintah, swasta, seluruh rakyat harus membantu.

Dalam kurikulum dan kegiatan2 intra maupun ekstra-kurrikuler disekolah2 rakyat, menengah dan tinggi perlu ditundjukkan perhatian lebih besar dan lebih wajar kepada seni. Sajembara2 utk lukisan, sastera, poster, gambar karikatur, tipografi, design kursi, design bambu, komposisi musik, etalage toko, dan banyak tjabang seni lain, diorganisir. Sekolah2 seni dan gedung2 pertundjukan didirikan. Surat2kabar jangan hendaknja memberi kesan kepada pembatjanja bahwa laporan tentang perampokan djauh lebih penting dari laporan deklamasi; bahwa heboh politik disekitar Boris Pasternak lebih penting dari sadja2nja sendiri; bahwa headlines hanya diberikan kepada pembesar2nja saja berhubungan dengan djasa mereka menggunting pita dan mengutjapkan kata sambutan.

Studio Radio Republik Indonesia hendaknja jangan memberi kesan bahwa satu djam laporan pandangan mata tentang kedatangan seorang pembesar di Kemajoran lebih penting dari laporan tentang pembukaan pameran lukisan; atau bahwa berita olahraga sabam malam plus dua djam pandangan mata sepabola lebih penting dari berita2 dalam dunia seni lain.

Banyak yang masih dapat didjalankan untuk meletakkan kedudukan seni dalam proporsi2 yang sebenarnya, dan untuk melenjapkan distorsi2 nilai; banyak yang masih dapat digiatkan untuk menjuburkan kehidupan seni.

Rakyat berseni adalah sumber manpower bagi pembangunan ekonomi. ***