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

Sudjoko :

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 kita, disana-sini saja bajangkan kemungkin an2, 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 pertautkan seni dengan ekonomi sudah pasti harus diadakan planning jang sungguh2, dan dalam pe kerdjaan ini kita harus mempunjai 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 eko nomi kita mengenal adanja masalah ini.

Bagi banjak orang seni adalah sesuai jang ting kahnja sukar dimengerti; seni, misalnja, tidak da pat ditentukan harga pembeliannja dengan ukuran2 jang mudah masuk akal. Suatu lukisan - berukuran 1 M2 jang dibuat dengan ongkos produksi 100 rupi ah 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 onberekenbaarheid ini bisa dibangun suatu ilmu ataupun pe mikiran serieus untuk tugas jang teramat berat, ia lah 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 mem buat tjentong nasi untuk memenuhi kebutuhan seke lilingnja. Pada suatu hari mereka mulai mengukir-ukir 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. Satu manipulasi artistik pada tjentong ternjata me ngadakan perubahan tidak ketjil dalam ekonomi du sun itu.

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

Apakah sebenarnja jang terdjadi? Ialah suatu „artistic touch", sedikit fantasi untuk merubah ru pa kelom tradisionil, tambah ketangkasan industrial dan komersial.

Pemimpin2 atau orang2 berpengaruh dalam masja rakat boleh djadi akan lebih jakin akan kenjataan ini kalau sudah diadakan penjelidikan2 seksama ber bentuk statistik2, laporan2 keuangan dsb. mengenai segala perusahaan di Indonesia jang berusaha men tjari kemudjurannja dengan menggandeng seni, wa laupun kejakinannja mungkin akan datang terlam bat. Sebab usaha2 ekonomis selalu menghadapi ma nusia dengan segala sifatnja, kebutuhannja jang berubah-ubah, seleranja, dan impiannja. Pada hake katnja ekonomi adalah pekerdjaan membudjuk, me mikat ataupun menipu manusia.

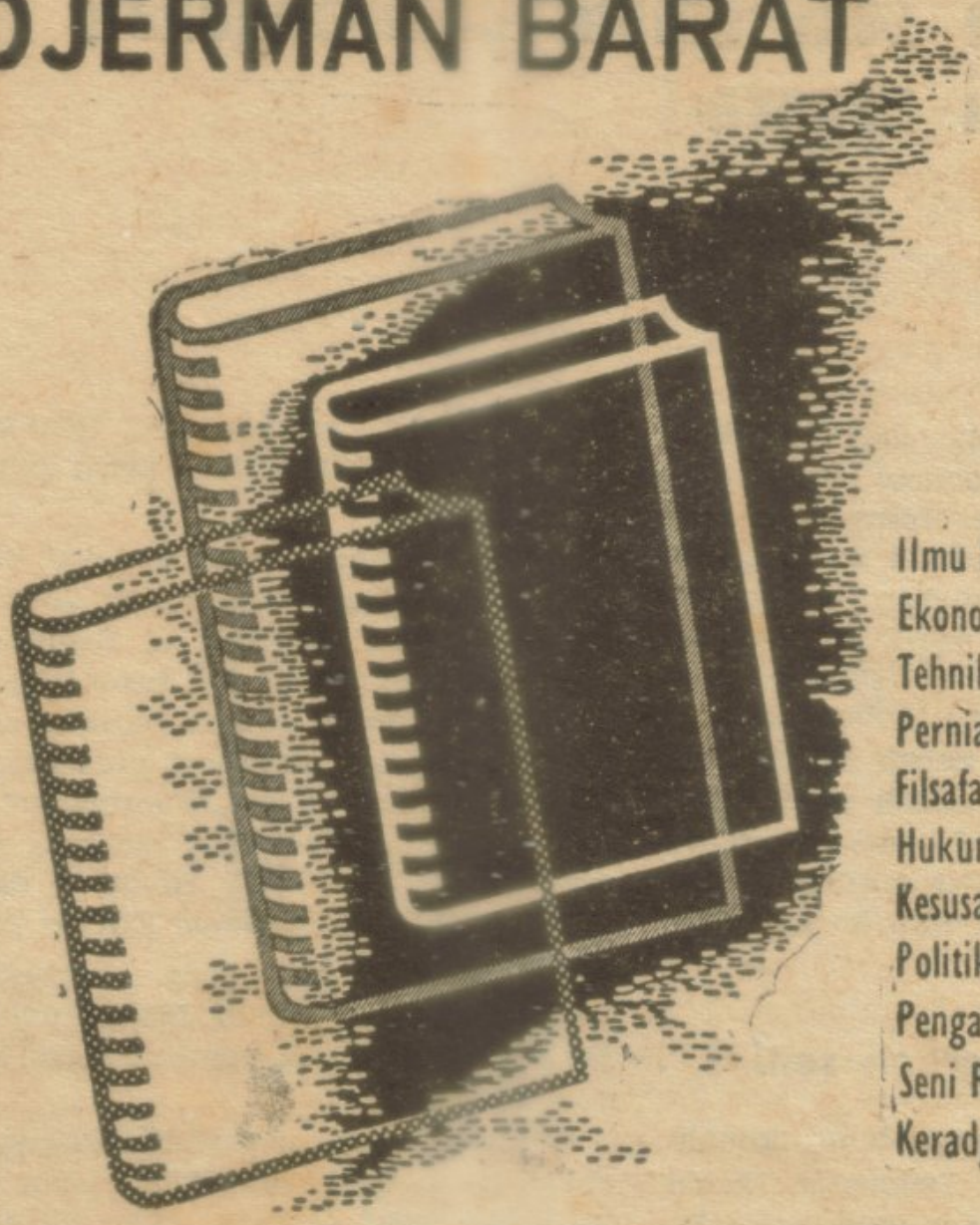
Dengan memakai pola dekoratif atau warna po los atau tehnik menenun tertentu segulungan kain tekstil berhasil meringankan dompet pengundjung toko, sedang gelundung kain lain disampingnja de ngan kwalitet bahan dan kwalitet pembuatan jang sama tetapi berpola lain, bisa gagal dalam usaha memikat rakjat.

Sebuah kapal laut jang mengpergunakan bahan2 seperti chroom, plastic dan lain beludru, jang menghidangkan warna2 pilihan, jang diperlengkapi dengan kursi, tempat tidur dan penerangan listrik menarik, sebenarnja mempunjai maksud jang sa ma, ialah memikat tjalon2 pembeli. Malah sering terdjadi bahwa segala keelokan itu mendjadi kedok dari besi tua mesin2 kapal jang usang belaka se hingga pembeli jang ta' hati2 bisa terdjebak kare nanja. Dan kalau pembeli ini pakai uang negara, ma ka djadinja djutaan dollarlah kerugian negara.

Djelaslah betapa seni djuga bisa mengalutkan eko nomi negara karena ditunggangi oleh pengeruk2 un tung jang bermoral rendah.

Digitalisasi oleh Panggiat Buku

PAMERAN BUKU
DJERMAN BARAT



Ilmu Kedokteran
Ekonomi
Tehnik 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 memproganda kan pemakaian seni seperti ini; ja, kita malahan ha rus menentang pentjemaran seni sebab dia menga burkan 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 usa ha2 artistik dan usaha2 ekonomis.

Apakah Seni ? Dimanakah adanja ? Siapakah Seniman ?

UNTUK mengurangi salah faham maka perlu kira nja saja kemukakan dulu pengertian seni jang saja ambil sebagai dasar.

Beberapa bulan jang lalu Tuan Baharudin, tipo-graf dari Balai Pustaka, mengeluh kepada mahasis wa2 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 re meh dan 'kurang pantas'. Barangkali diantara para hadirinpun ada jang hanja membajangkan lukisan, patung, sastera, musik dan tari sadja dalam mende ngar pengertian 'Seni' ini; ada pula jang barang-kali mempunjai gambaran jang lebih lebar dengan memasukkan batik, ukiran, sulaman dan lain seba gainja kedalamnja. Sering pula Seni itu di-identifi kasikan 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, an tara dalam dan dangkal, antara esoteri dan com-mon sense, antara dekorasi dan polos, antara alat renungan dan alat praktis, antara nilai rohaniah dan nilai komersial, antara metafisika dan pragma

Digitalisasi oleh Penggiat Buku

tika, antara tradisi dan kebaruan, antara kebutuh an diri dan orientasi sosial, antara pekerdjaan ta ngan dan produksi mekanis.

Apapun jang kita buat dan djalankan bisa ber nilai seni. Untuk mudahnja baiklah saja tentukan sadja bahwa segala jang menjenangkan, memikat, dan memuaskan bisa bertandakan ke-Seni-an. Pendi rian hedonistis ini, biar sering diserang dan ditje moohkan, ternjata 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 da gang, interior istana dan interior dapur, simfoni Beethoven dan lagu Sajangkané, sketsa jang dibuat dengan tjat air atau dengan mesin Kodak, semua ini bisa memikat mata, menjenangkan hati, dan me muaskan perasaan; semua ini bisa memegang pera nan penting dalam masalah seni dan pembangunan ekonomi.

Kitapun bisa menundjukkan respek besar kepada pentjipta2 ulung dari gambar reklame, bungkus ro kok, folder perusahaan tourisme, pisau dapur, ba rang petjah belah, background music film, huruf2 kepala surat (briefhoofd), tanda2 lalu-lintas didja lan, mainan kanak2, bentuk mesin traktor, dan se bagainja. Mereka adalah orang2 jang berdaja tjipta, jang mempunjai rasa tanggung djawab besar, jang serieus dalam pekerdjaannja. Untuk memberi tjon toh sekedarnja: pentjipta pisau dapur harus menje lidiki dahulu pekerdjaan2 apa jang harus bisa dila kukan oleh pisau; bahan2 makanan apa jang bisa dipotong oleh pisau; kesulitan2 apa jang didjumpai dalam pekerdjaan memotong itu; bagaimanakah kebiasaan orang dalam memegang dan mempergu nakan pisau jang telah ada; apakah kebiasaan2 itu bisa dirubah demi kelantjaran dan effisiensi pema kaian, dengan merubah bentuk serta usaha penera ngan jang effektif; apakah pisau dapur di Indonesia menundjukkan perubahan2 dalam fungsinja (mis.: banjak pisau dengan bentuk pisau dapur kini dipa kai untuk makan roti saban pagi, dirumah mau-pun dihotel); berapa banjak perubahan2 itu; sja-rat2 apakah jang diminta pisau untuk menjesuaikan diri dengan perubahan2 itu; bagaimanakah kemung kinan2 bahan, teknis, pembiajaan dalam produksi; untuk memperluas pasaran maka sjarat2 apa harus dipenuhi pisau tsb. supaja disukai orang diluar ne geri; bagaimana bentuk artistiknja; bagaimana ke kuatan membeli masjarakat jang akan diminta mem beli pisau ini; dan lain2. Djadi suatu benda biasa dapat lahir melalui penjelidikan2 dan eksperimen2 luas jang meliputi bidang2 anatomi dan fisiologi manusia, ekonomi dan sosial, ilmu bahan, metode produksi, keinginan dan selera golongan2 masjara kat, dll. Salah perentjanaan dan perhitungan bisa membawa kerugian2 besar bagi produser maupun pendjual. Ini menjebabkan bahwa seorang designer tidak selalu bisa bekerdja sendiri, dengan mana di buktikan pula keharusan interdependensi antara ber bagai lapang usaha dengan seni dan seniman, demi sukses ekonomis, dan terutama demi hidup manu sia jang lebih baik.

Tudjuh pokok masalah

BAGAIMANAKAH pembangunan ekonomi dimana seni njata2 memegang peranan penting? Berhu bung hal ini adalah soal baru bagi kita semua, ma ka disini hanja bisa dikemukakan beberapa saran sadja. Tambahan pula saja tidak tahu banjak me ngenai ekonomi, dan untuk ini saja minta beribu maaf. Maka tentu sadja ada banjak soal rumit jang tidak saja ketahui atau duga akan turut mempe ngaruhi saran2 dibawah ini. Pendapat2 dan saran2 sangat diharapkan disini.

Ada tudjuh pokok penting jang hendak saja ke mukakan disini dan jang kemudian akan saja urai kan lebih djelas.

1. **Memperbanjak lapang usaha dan kesempatan bekerdja** dengan sendirinja masuk dalam rentja na pembangunan ekonomi kita. Industri2 ringan maupun berat harus ditambah dan didirikan un tuk memenuhi kebutuhan2 kita, untuk mengura ngi djumlah kebutuhan jang harus di-import, dan untuk melajani kebutuhan2 luarnegeri. Di-sini seniman membantu dalam menjuburkan ke hidupan 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 ber gantung kepada seni. Propaganda berupa tulis an, gambar, pameran dan pementasan minta fan tasi, pengetahuan dan tanggung djawab besar dari seniman.

3. Dalam **memperbesar volume eksport** tugas seni akan bertambah banjak sedjadjar dengan per-kembangan industrialisasi dan usaha2 kita jang lain untuk mempergiat eksport. Selain dengan propaganda, maka seniman djuga membantu mempertinggi kwalitet barang dan memperbe sar kepertjajaan luarnegeri kepada buatan2 kita.

4. **Tourisme Indonesia** adalah sumber valuta asing jang kini sudah mulai mendjadi perhatian sung guh2 dari Pemerintah. Peranan seni disini tidak mungkin disangsikan lagi. Dunia luar dan touris asing harus kita pikat dengan seluruh ke giatan kita dalam dunia seni. Touris2 Indonesia sendiri tentu akan turut meramaikan kehidup an ekonomi.

5. **Memperbanjak ahli** dalam segala bidang adalah kewadjiban mutlak bagi setiap negara jang ingin madju pesat. Dinisi sekali-kali tidak boleh dilu pakan bahwa senimanpun adalah ahli, dan djum lah ahli dalam seni harus diperbesar dengan memberi kesempatan beladjar jang banjak dida lam maupun keluar negeri.

6. Seni bisa didjadikan alat untuk **mendorong se mangat bekerdja** dan untuk **mentjipta suasana senang bekerdja.** Segala rentjana ekonomi akan gagal djikalau tidak ada kegairahan dan potensi bekerdja pada rakjat.

Digitalisasi oleh Penggiat Buku

7. Segala matjam **kegiatan seni jang aktif maupun appresiatif** harus dipupuk terus menerus. Masjarakat jang berdjiwa seni adalah sumber daja tjipta dan sumber manpower untuk keperluan pembangunan ekonomi.

Perkenankanlah saja sekarang memberi uraian sekedarnja 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 kebetulan 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 banjak 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 madjalah2 bergambar luarnegeri amat sukar bisa dibudjuk untuk membeli barang2 ta' bagus buatan dalamnegeri, dengan tjatatan bahwa barang2 bagus buatan desa atjapkali 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 banjak 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 memperbanjak perubahan2 didalam hati masjarakat Indonesia. Orang dusun jang membatja 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 masjarakat 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 mempunjai 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 sedjumlah 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 sekurang2nja 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' tjotjok lagi, atau dia bisa membuat „ontdekking" dalam bentuk lama jang tradisionil atau jang tersembunji, tersisih dan terbatas daerah hidupnja. Dia bisa membuat „ontdekking" dalam rupa2 lama dari pelita, kendi, sandal, bagor dll. Suatu tjontoh adalah kepopuleran pahatankaju 'primitif' Bali jang kini telah dibebaskan dari persembunjiannja didusun Bali dan malahan dieksploitir diluar Bali, a.l. di Bandung, demi kebaikan atau keburukan.

Pembitjaraan 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, batok 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

Digitalisasi oleh Pengg

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

Untuk menghilangkan salah faham maka perlulah saja perdjelas lagi apa pekerdjaan seniman itu. Pada awal pembitjaraan telah saja beri tjontoh2 baki tjentong dan kain, dan dari sana mungkin para hadirin akan menjangka bahwa seniman itu tjuma dekorator atau ornamentor melulu, penambah-nambah sesuatu jang jang polos dengan hiasan. Seniman seringkali bukan itu sadja. Dia adalah pentjipta bentuk komplit. Kelom geulis jang tanpa ukiran dan tjat emaspun bisa merupakan bentuk seni jang selesai. Demikian djuga suatu medja tulis atau mesin bubut atau sendok jang tanpa ornamen bisa mendjadi benda seni. Gelas minum, sandal Djepang, dengan segala kesederhanaannja dan segala pembatasannja kepada hal2 jang paling inti atau esensial, bisa mendjadi 'work of art' jang bermutu.

2. Kegiatan produksi barang erat hubungannja dengan kegiatan pendjualannja. Pendjualan barang erat hubungannja dengan kemauan orang membelinja. Apa jang mendjadi sebab2 orang membeli barang itu tidak bisa didjawab dengan mudah sadja. Tetapi sudah terang propaganda memegang peranan jang ta' terkira besarnja. Propaganda ini berbentuk iklan, papan reklame, surat selebaran, spandoek, slide, film, folder, papan nama toko, etalage, showroom, pekan dagang, mobil atau truck jang bergambar atau ditambah dengan alat pengeras suara kiriman2 atau hadiah2 berupa tanggalan, kertas pengisap tinta, kartu lebaran, dan tjara2 lain. Ratusan ribu seniman bekerdja 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 jang mempertjakapkan, memudji dan menghebohkan barang mendjadilah propagandis ta' langsung (atau langsung), malahan resensi jang pedas mentjela bisa melariskan pendjualan barang, misalnja buku2 dan film2 tertentu. Pemain2 film populer jang dalam film2nja tampak hidup dalam interior tertentu, pakai potongan pakaian tertentu, minum dan merokok merk tertentu adalah propagandis2 jang mempengaruhi djutaan penonton. Lagu jang dinjanjikan aktor populer melambungkan pendjualan piring hitam tertentu, demikian djuga dengan piring hitam jang agak sering diputar distudio radio.

Toko jang merubah namanja atau design papan namanja, eksteriornja dan penerangan lampunja, dengan mendadak bisa kebandjiran pembeli. Suatu perusahaan (mis. perusahaan susu) bisa memperbesar omzet dan djumlah langganan hanja dengan memberi warna lain, gambar lain dan design huruf lain diatas mobil2 pengantar susunja. Perusahaan jang matjet bisa tinggal menjewa penulis teks iklan dan pentjipta folder jang mahir untuk memutar rodanja kembali.

Disamping propaganda2 tsb. ada pula seniman2 pemikat lain jang merentjanakan bungkusan, kotak, botol, kaleng dsb. untuk menarik pembeli. Rasa dari gula2 atau tjoklat tergantung pada bungkusnja. Kepertjajaan orang kepada obat tergantung pada botol dan etiketnja.

3. Kita tentu akan senang kalau bisa mengeksport barang buatan kita sendiri. Sandal Djepang tadi sudah menundjukkan bahwa suatu barang sederhana bisa mendatangkan sukses komersial dinegeri jang madju seperti Amerika Serikat. Ini tentu tidak disebabkan oleh design-nja sadja, tapi djuga oleh ongkos produksi sandal tsb. jang ta' bisa dilawan oleh Amerika. Benar djuga bahwa suatu negara mengimport barang karena harganja jang rendah, dan tidak usah selalu karena design-nja.

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

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

Sebenarnja tidak ada alasan mengapa Indonesia tidak bisa mentjapai sukses2 sematjam demikian dengan barang2 ringan jang mudah dibuat, apalagi kalau kita sudah mempunjai mesin2 modern dan armada kapaldagang sendiri jang besar, dengan apparatur distribusi dan ketjakapan business jang effektif. Djadi Indonesia harus punja seniman2 lebih banjak dan iklim seni jang lebih menjenangkan untuk bisa mempertinggi nilai tas bambu, kursi rotan, badju batik, barang perak dll. jang disukai orang diluar negeri. Tidak ini sadja: segala barang jang kita buat dengan bahan modern atau dengan bantuan teknologi modernpun — matjam2 karet, nylon, plastic, logam, plywood dll. — bisa punja potensi eksport karena pekerdjaan seniman. Seniman2lah jang 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 dibajangkan djuga bahwa hasil2 sastera Indonesia pada suatu waktu, karena nilai, karena kemudjuran jang ta' disangka-sangka atau toevallige samenloop van omstandigheden, akan dapat pasaran diluarnegeri. Suatu kebetulan adalah misalnja perhatian dunia Barat kepada kebudajaan Timur jang kini tambah besar.

Piring2 hitam longplay musik Indonesia jang kelihatan terdjual diluar negeri adalah buatan perusahaan2 asing sadja. Mereka ambil rekaman2 tape di Indonesia sendiri atau dinegeri mereka sendiri dirasa rombongan penari Indonesia kebetulan sedang berada. Maskapai2 tsb. adalah Columbia, Westminster, Folk ways dan Period, dan mungkin ada lagi, berarti tjukup banjak djuga. Ada bainja djika rombongan2 pemusik dan penari Indonesia jang dikirim keluarnegeri disertai atau segera diikuti oleh piring2 hitam buatan kita sendiri untuk didjual, atau sedikitnja dengan pendjualan hak2 merekam. Inilah jang misalnja didjalankan oleh

Digitalisasi oleh Panggilat Buku

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 mendjadi sumber de visen jang besar. Harus segera diusahakan supaja kebutuhan akan bahan dan alat2 pembuatan film terpenuhi dengan kontinu. Tetapi tanggung djawab besar letak pada sutradara, pepulis skenario, cameraman, editor film, dan pemain, jang harus menun djukkan mutu pekerdjaan tinggi. Sukses film tidak usah terletak pada perlengkapan teknik jang meng agumkan atau pembiajaan besar. Ini telah dibuktikan oleh kaum Neo-Realis Italia, kaum „New Wave" Perantjis, produser2 „Independent" di Ameri ka Serikat, Ingmar Bergman dan Satyajit Rao. Dajatjipta, semangat seni, inilah jang penting dan jang harus dipupuk. Dengan tjatatan, bahwa selera massa bisa dieksploitir djuga. Setiap film jang di-eksport disertai film2 dokumenter mengenai segi2 Indonesia jang kiranja bisa timbulkan perhatian dan keinginan besar untuk mengundjungi Indonesia atau menandatangani perdjandjian dagang dengan Indonesia.

Untuk segala kepentingan eksport ini seniman2 komersial kita akan berhadapan dengan masalah2 besar, ialah menghadapi bangsa2 asing jang ber kebudajaan lain, berselera lain, minta sjarat2 lain, berfilsafat hidup lain, bernorma-norma lain. Propa ganda djitu bergantung kepada pengetahuan jang sulit ini. Barangkali saja bisa beri gambaran2 samar ini: reklame barang Indonesia untuk daerah Ame rika Serikat barangkali akan paling effektif djika didalamnja ditekankan kesesuaian barang dengan „modern living" atau „easy living". Tetapi reklame sematjam ini mungkin ta' kan berhasil untuk negara2 jang memusuhi idee „easy living" ini.

Tjontoh kedua: poster2 dan folder2 jang kita sebarkan diluar negeri akan berisi gambar2 jang disesuaikan dengan keadaan dimasing-masing negeri. Disini termasuk djuga tjorak atau gaja. Misalnja, apakah ilustrasi2nja harus „modern", „abstrak", atau „realistis". Kalau salah pilih maka disuatu negara propaganda kita bisa disebut „kuno", atau „konvensionil", sedang ditempat lain reklame kita bisa ditjela dengan kata2 „burdjuis", „dekaden", dan sebagainja. Ini bisa berpengaruh besar kepada hasil propaganda jang kita harapkan.

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

Tjontoh keempat: kerupuk udang bisa kita djual di Indonesia dengan bungkus sederhana. Tetapi untuk mendjual kerupuk diluar negeri perlu design bungkus atau design kaleng jang lain, dengan material lain, dengan tipografi, kwalitet tjetakan dan warna2 lain sesuai dengan sjarat2 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 eksport ialah pendjagaan kwalitet barang. Orang diluarnegeri harus mendapat barang2 jang berkwalitet baik, dipandang dari segi estetis, teknis maupun fungsionil. Nama baik Indonesia bergantung kepadanja. Ditempat business jang paling strategis perlu ada suatu gedung Pusat Design. Tugasnja ialah: a) menampung tjontoh2 (monster) design jang menurut produsen adalah baik; b.) mengudji barang2 tsb. dengan matjam2 metode, lalu mengembalikan kepada produsen barang2 jang ternjata 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 mengeksport kemedja batik jang ta' memenuhi sjarat2 luarnegeri untuk kemedja musim panas, walaupun motifnja bagus. Kita tidak boleh mengeksport pajung jang hiasannja bagus tetapi digambar dengan tjat jang inferieur; pajung jang konstruksinja tidak kuat dan tidak rapi tidak boleh dieksport.

Demikian djuga dengan eksport 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 bergambarkan Gedung Sate atau gunung Tangkuban Perahu. Dibelinja bendera itu untuk kenangan. Kalau restoran serukan kepadanja „Djangan tinggalkan Bandung sebelum minum badjigur!" maka dia merasa berkewadjiban 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 pekerdjaan 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 jang datang di Bandung tjuma untuk sehari sadja bisa melihat sekurangnja satu tarian. Sebelum meninggalkan gedung pertundjukan berilah kesempatan kepadanja untuk membeli buku „The Art of Pentjak", atau piringan hitam musik daerah ataupun musik Indonesia modern. Buku dan rekaman ini sadja sudah menghimpun pekerdjaan 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.

Banjak bendaseni jang ingin dibeli touris, tapi keinginan ini hanja bisa terkabul kalau dimana-mana (mis. dihotel) disediakan service pembungkusan barang dan pengirimannja keluar negeri setjara mudah dan lantjar. Seorang touris tidak suka habiskan waktu mentjari tali, perekat, kotak kosong, kertas bungkus dan label pospaket, kemudian mentjari 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 banjak seniman ter

(Landjut kehalaman 29)

Digitalisasi oleh Perpustakaan Buku

jang menjenak dalam perutnja, ketika ia menatap bajangannja ditjermin itu. Lalu ia terduduk lagi. Seraja mengambil sapu tangannja dari dadanja dihapuskannja tjat dan bedak jang menempel dimukanja..... 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 menggumamkan 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 ditinggalkannja itu sebuah majat sadja .....***

(Terdj. H. Winarta)

★ ★ ★

Landjutan halaman 22 :

Belakangan ini Sohyo telah memperlihakan tan da-tanda bahwa mereka mesti memberikan reaksi nja kepada tekanan2. Pada bulan Djanuari, golong an jg menguasai organisasi tsb sekarang tlh me ngeluarkan suatu pernjataan jg mengemukakan bhw dimasa depan organisasi tsb. akan menjatakan pen dirian politis terhadap beberapa masalah dan non-politis terhadap masalah-masalah lainnja. Apa jg ke lihatannja terdjermin dlm rintangan kesukaran sema tjam ini ialah suatu pengakuan bhw perserikatan se kerdja jang bersifat politis sudah sampai kepada massa impassenja dan bahwa untuk selandjutnja serikat-serikat sekerdja mesti lebih banjak mene kankan titik-berat kegiatannja dalam masalah-masa lah ekonomi. Orang harus dibawa kembali kepada masa, dimana tidak lama sebelum pendulu Sohyo jang dikuasai oleh kaum komunis djatuh mendjadi berkeping-keping, pernah mengeluarkan pernjataan2 jang sama pula samar-samarnja seperti pernjataan 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 banjak ar tinja bagi nasib dari kedua partai politik jg telah memetjah sosialisme Djepang mendjadi beberapa bagian.

Itulah semuanja jang bisa dikatakan pada masa sekarang ini. Karangan ini harus diachiri sebagaima na awalnja, dengan suatu penolakan untuk mem buat ramalan-2 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 fasilitet2 lain. Tipografi dan kwalitet tjetakan harus sebaik mungkin. Banjak 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. Pekerdjaan ini harus diserahkan kepada seniman² jang terdidik keras dan berpengalaman banjak, 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 menjelenggarakan propaganda kolektif untuk kepentingan mereka sendiri djuga. Propaganda dengan pembiajaan swasta atau semi-swasta ini bisa mendjamin pengerahan tenaga seniman² dan ahli2 jang terbaik. Propaganda dari fihak 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 menjalakan semangat, dan njanjian menimbulkan rasa saju.

Pembangunan ekonomi menghendaki tenaga kerdja hebat, tenaga bekerdja menghendaki semangat bekerdja, semangat bekerdja menghendaki sikap hidup positif terhadap kerdja. Seni harus dikerahkan untuk mentjipta kegembiraan bekerdja dan memperbesar potensi rakjat. Ini adalah soal jang tak mudah, jang menjinggung konsep2 seperti kebebasan individu; hak2 pemerintah untuk mendjalankan sensur, kontrole dan pendjurusan; filsafat kenegaraan; filsafat pendidikan; demokrasi, sosialisme, dan sebagainja, 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 sikaphidup manusia. Bagaimana tepatnja pengaruh seni ini belum seluruhnja bisa terdjawab oleh ilmu pengetahuan, mis. pengaruh film atas masjarakat belum djelas benar. Saja kemukakan hal ini untuk memperingatkan siapa sadja supaja djangan terlalu tjepat mengambil tindakan2 berdasarkan observasi tak lengkap dan metode2 penjelidikan jang belum diudji. Namun ilmu2 pengetahuan seperti psikologi, fisiologi, fisika dan sosiologi sedang giat bekerdja dibidang sulit ini. Bahwa matjam2 warna bisa menimbulkan perasaan „panas" atau „dingin" kini bukanlah pendapat jang melulu berdasar perasaan sadja, 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.

Sebenarnja, seniman sedikit banjak sudah mempunjai pengetahuan tentang ini berdasarkan intuisi, perasaan dan pengalaman. Setiap orangpun bisa mengalaminja kalau dia masuk kamar dengan warna dinding, besar ruang, susunan perabot dan penerangan tertentu; buku jang mempunjai bentuk huruf, susunan body matter, gambar dan kertas tertentu bisa mengakibatkan kegembiraan atau kebosanan beladjar; dan suatu kursi bisa membangun atau melemahkan semangat bekerdja orang jang duduk diatasnja.

Pembangunan ekonomi bukanlah soal mendirikan pabrik, mendatangkan mesin dan mendidik teknisi belaka. Soal jang penting adalah bagaimana suasana hati manusia jang bekerdja didalam pabrik itu. Tinggi rendah produktivitet ditentukan djuga oleh rupa pabrik itu dari luar maupun dari dalam; effisiensi bekerdja dikantor banjak bergantung kepada bentuk medja, bentuk kursi, susunannja, peredaran udara, penerangan, dst. Designer jang intelligent bisa memetjahkan soal2 ini dengan makan ongkos jang rendah, ja, mungkin lebih rendah daripada ongkos jang harus dibajar kepada pemborong sembarangan. Bagaimanakah pula pekerdja beristirahat diantara djam2 kerdja? Bagaimanakah dia memper gunakan waktu sehabis bekerdja? Bentuk2 seni seperti arsitektur, taman, meubel, musik, sandiwara, film, tari dsb. bisa menjumbang kepada kegembira an bekerdja dan pemulihan enersi setiap hari. Dalam rentjana2 industrialisasi, mekanisasi, peninggi an produktivitet, effisiensi, pembangunan perkam pungan buruh, segala tenaga seniman harus dikerahkan.

Dalam rentjana2 memperbanjak ahli2 untuk pembangunan ekonomi maka kebanjakan orang, termasuk pembesar2 pemerintah, hanja memikirkan pendidikan insinjur, ekonoom, dokter, dan tenaga administratif sadja. Dengan uraian2 diatas sudah djelaslah bahwa pendidikan seniman harus mendapat perhatian besar. Tjara membagi-bagikan scholarships atau fellowships luarnegeri mis. bisa menggambarkan ada atau tidak adanja keinsafan ini.

Dalam dunia modern ini seniman tidak lahir begitu sadja dan tidak akan djadi ahli berdasarkan bakat sadja. Sudah dari zaman prasedjarah seniman adalah hasil didikan. Orang djadi pandai besi atau ahli keramik karena sedjak masa kanak2 dia sudah harus membantu ajahnja menempa besi dan memutar kendi. Tetapi proses beladjar 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 mempunjai pengetahuan jang begitu banjak 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 jang tjepat, baik, intensif. Kita ingat pulalah berapa banjak ilmu jang terhimpun dalam industri film sadja.

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

Dalam kurrikula dan kegiatan2 intra maupun ekstra-kurrikuler disekolah2 rakjat, menengah dan tinggi perlu ditundjukkan perhatian lebih besar dan lebih wadjar kepada seni. Sajembara2 utk lukisan, sastera, poster, gambar karikatur, tipografi, design kursi, design bambu, komposisi musik, etalage toko, dan banjak tjabang seni lain, diorganisir. Sekolah2 seni dan gedung2 pertundjukan didirikan. Surat2kabar djangan hendaknja memberi kesan kepada pembatjanja bahwa laporan tentang perampokan djauh lebih penting dari laporan deklamasi; bahwa heboh politik disekitar Boris Pasternak lebih penting dari sadjak2nja sendiri; bahwa headlines hanja diberikan kepada pembesar2nja sadja berhubung dengan djasa mereka menggunting pita dan mengutjapkan kata sambutan.

Studio Radio Republik Indonesia hendaknja djangan 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 saban malam plus dua djam pandangan mata sepabola lebih penting dari berita2 dalam dunia seni lain.

Banjak jang masih dapat didjalankan untuk meletakkan kedudukan seni dalam proporsi2 jang sebenarnja, dan untuk melenjapkan distorsi2 nilai; banjak jang masih dapat digiatkan untuk menjubur kan kehidupan seni.

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

Digitalisasi oleh Pusat Budaya