

PEPERANGAN EKSISTENSIALISME IDENTITAS MASYARAKAT MELALUI STIKER

Azhari Amri

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Indraprasta PGRI
Jl. Nangka 58 Tanjung Barat, Jakarta Selatan, Indonesia
azhariamri86@gmail.com

Abstrak

Modernitas sebagai bagian dari munculnya globalisasi, membuat cara pikir dan perilaku masyarakat menjadi lebih teridentitaskan. Kehadiran identitas ini pada akhirnya mengarahkan kepada kesamaan visi hingga membentuk sebuah faksi-faksi (kelompok-kelompok) masyarakat berdasarkan apa yang mereka gunakan, pikirkan dan yang dilakukan. Generalisasi pernyataan diatas tidak lepas dari pengaruh atas kapitalisme global yang membuat seseorang menjadikan dirinya berkelompok melalui produk-produk massa yang diterima. Diseminasi produk salah satunya di lakukan dengan metode diskursif (wacana) melalui visual. Tulisan ini akan menjelaskan uraian tentang hubungan kausalitas dari obyek sticker motor yang saling menunjukkan eksistensialme identitas kepada masyarakat yang dituju melalui produk yang diterima dan yang digunakannya.

Kata Kunci : Modernitas, Eksistensialisme, Masyarakat, Visual

Existentialism Identity Through The War Stickers

Abstract

Modernity as part of the emergence of globalization, making the way people thought and behavior becomes more teridentitaskan. The presence of this identity in the end lead to a common vision to form factions (groups of) people based on what they use, think and do. Generalizing the above statement can not be separated from the influence over global capitalism that makes a person makes himself flocking through the mass of products received. Dissemination of products one of which is done with discursive methods (discourse) in the visuals. This paper will explain the description of the causality of objects that each sticker motorcycle show eksistensialme identity to the targeted communities through which the product is received and used.

Keywords: Modernity, Existentialism, Society, Visual

A. PENDAHULUAN

Fenomena masyarakat berkembang adalah salah satu ciri dari keberadaan individu atau adanya faksi-faksi (kelompok) yang kreatif. Proses ini merupakan perjalanan yang alamiah dalam menciptakan sesuatu untuk kepentingan dirinya, maupun untuk kepentingan kolektif yang dia tentukan atau ditentukan oleh sesuatu. Tindakan individu atau kolektif inilah yang

memunculkan ide berupa simbol, pengetahuan dan kepercayaan. Hingga pada hari ini produk-produk seperti teknologi, benda seni dan bentuk-bentuk visual dapat kita temukan didalam kehidupan sehari-hari.

Situasi masyarakat sedang berkembang ditandai dengan hiruk pikuknya dinamika perkotaan, seperti: aktifitas berkendara yang padat di jalan raya, banyaknya volume kendaraan bermotor-mobil dan banyaknya pula aktifitas para pekerja di lingkungan perkotaan. Peristiwa ini merupakan suatu fenomena sosial yang dapat kita lihat di setiap hari-nya, kondisi tersebut merupakan hasil bentukan struktur masyarakat yang paling tinggi yaitu kaum elitis dalam hal ini pemerintah melalui kebijakannya dan atau para pemilik modal yang dengan kepentingannya hingga membentuk cara pikir dan berperilaku masyarakat sesuai dengan tujuannya.

Kondisi semacam ini, tidak lepas dari kehadiran globalisasi, yang salah satunya ditandai dengan masuknya produk-produk teknologi seperti kendaraan bermotor. Sebagai perbandingan, jumlah kendaraan bermotor di Jateng pada tahun 2008 mencapai 7.339.019 dengan rincian kendaraan roda dua berjumlah 6.525.860 unit dan kendaraan roda empat 873.159 unit. Pada September 2009, jumlah tersebut bertambah menjadi 8.362.724 unit kendaraan, dengan rincian, 7.221.738 kendaraan roda dua dan 1.140.986 kendaraan roda empat (*kompas.com*). situasi ini menunjukkan meningkatnya volume kendaraan bermotor di wilayah Jawa Tengah sejak 2008-2009. Berbagai jenis kendaraan bermotor hadir melintas begitu saja dalam kehidupan sehari-hari. Dari mulai merek produknya sampai kepada jenis-jenis pengembangan merek dari motor tersebut. Kegiatan produksi yang semakin lama ini, menjadi sebuah momok akan ramainya kondisi kendaraan yang terjadi di pusat kota. Kondisi seperti ini akan berdampak kepada pengaruh lingkungan atau bahaya kesehatan bagi manusia.

Banyaknya jumlah kendaraan tadi, membuat munculnya beberapa kelompok kreatif yang memanfaatkan situasi ini, guna mendapatkan keuntungan atas fakta sosial yang terjadi. Salah satu bentuk hasil ciptaan kelompok masyarakat kreatif ini adalah menempatkan stiker motor sebagai identitas si pemilik, guna menunjukkan dirinya dalam realita lingkungan disekelilingnya. Karya visual dalam bentuk stiker motor seperti ini, dapat kita jumpai sehari-hari, mulai dari yang nyeleneh sampai kepada yang arogan. Pernyataan-pernyataan tersebut pada akhirnya mengantarkan komunikasi manusia kearah yang bukan lagi konvensional (berhadapan-interaksi), tetapi lebih menempatkan publik sebagai pembaca sekaligus menafsirkan terhadap apa yang akan disampaikan pengendara. Berdasarkan hal tersebut, penulis, akan membahas suatu karya visual, yang bisa menghadirkan fenomena peperangan eksistensialisme identitas masyarakat melalui alat yang bernama stiker.

B. PEMBAHASAN

1. Tinjauan Teori

a. Modernitas

Membayangi janji manis sang rasionalitas, industri dan teknologi, membuat kita sebagai masyarakat termoderasi dengan kondisi yang kita hadapi di era ini. Ketiga hal tersebut mengharuskan kita untuk terlibat dalam dinamikanya seperti, persaingan kelas sampai dengan eksistensi etnis atau koloni-koloni terkait. Mendalami suatu modernitas dalam perspektif secara pengertian ditandai dengan perubahan-perubahan yang diinspirasi oleh pencerahan, yang dimulai pada abad kesembilan belas yang matang, pada abad kedua puluh ; ciri sentralnya meliputi kapitalisme industri, aktivitas ilmiah, pertumbuhan penduduk yang tinggi, urbanisasi dan sekularisasi pengetahuan.

Putaran yang semakin berlangsung lama ini, memunculkan sebuah fenomena modernisme dalam setiap aktifitas sadar yang kita lakukan. Modernisme merupakan keyakinan, bahwa dengan menggunakan akal sehat, dapat menemukan kebenaran objektif tertentu mengenai alam dan makna segala sesuatu dan kejadian-kejadian dan menggunakan pengetahuan ini untuk memperbaiki eksistensi manusia. Dengan menunjukkan eksistensi manusia yang berhadapan dengan manusia-manusia lain maka, akan terjadi proses yang biasa disebut sebagai globalisasi, dimana dunia tempat kita hidup ini menjadi semakin terhubung satu sama lain, dan dunia dimana batas-batas politis, budaya dan ekonomis yang tadinya ada, menjadi semakin rapuh, mengabur, bahkan dianggap kurang relevan (*dalam Hendar Putranto, teori-teori kebudayaan:232*).

Dengan kata lain peristiwa yang menunjukkan sisi eksistensi manusia melalui tindakannya adalah suatu bentuk manusia yang secara sadar sudah melakukan yang namanya modernitas dan modernisme yang berdampak kepada arus besar yaitu globalisasi. Hal ini tidak lepas dari proses dasar alamiah manusia yaitu hasrat dan upaya untuk mempertahankan diri didalam ruang publik. Sehingga, persaingan atas kepemilikan, kehadiran dan mengharapkan respon dari manusia lain adalah hasrat untuk mencapai suatu identitas dalam suatu masyarakat.

b. Eksistensialisme

Ketika seseorang dapat berpikir, bertindak sesuai dengan hasratnya, maka situasi inilah yang kemudian dianggap dominan oleh seseorang atau khalayak sebagai refleksi atas identitasnya. Keadaan manusia sebagai kesadaran biasa dikenal sebagai eksistensi, artinya sebuah keadaan yang berkat kesadarannya, manusia mampu melampaui situasi-situasi yang melingkarinya, sehingga dapat mampu melampaui pagar-pagar yang membatasi, alam yang mendukungnya.

Proses inilah yang memungkinkan manusia disebut sebagai subjek, pelaku dari tindakan-tindakannya. Ia merupakan bagian dari fakta kebebasan dirinya, yang dibuktikan dalam bentuk bersikap pada situasi yang melingkunginya. Untuk dapat menunjukkan atas tindakan-tindakannya maka, perlu sebuah upaya sebagai pusat integrasi untuk mengatur kapan dan dimana manusia tersebut menunjukkan eksistensinya. Selain itu, dalam kehidupan secara bersama dengan yang lain manusia menunjukkan eksistensinya dalam kemampuan berkomunikasi yang senjata utamanya adalah bahasa.

Kemampuan seseorang dalam memutuskan suatu tindakannya adalah proses tindakan otoritas, yang berlangsung dalam dirinya. Sedangkan eksistensi merupakan hasil penilaian masyarakat terhadap otoritas seseorang yang telah dilakukannya. Proses Dinamika pada akhirnya akan merujuk kepada situasi yang membentuk eksistensi manusia tersebut dianggap ada. Artinya dalam menunjukkan identitas terhadap aktualisasi eksistensinya maka, diperlukan sebuah proses interaksi sosial dimana dia berada.

c. Masyarakat

Masyarakat adalah bentukan dari ciptaan manusia sendiri. Hal ini ditegaskan oleh toennies, bahwa masyarakat bukan organisme yang dihasilkan oleh proses-proses biologis. Juga bukan mekanisme yang terdiri dari bagian-bagian individual yang masing-masing berdiri sendiri, sedang mereka didorong oleh naluri-naluri spontan yang bersifat menentukan bagi manusia. Dalam pengertiannya, masyarakat adalah usaha manusia untuk mengadakan dan memelihara relasi-relasi timbal-balik yang mantap (*dalam K.J Veeger:128*). Jika dikaitkan dengan proses kehadiran naluri (dorongan) dalam setiap individu tadi menjadi saling berintegrasi (menyatukan diri) dengan individu yang lain maka, disinilah masyarakat akan hadir dengan sifatnya yang alamiah.

Relevansi pengertian toennis berbeda dengan Emeil durkheim, masyarakat menurutnya realitas sui- generis; yakni masyarakat yang memiliki eksistensinya sendiri. Eksistensinya dapat dipahami melalui perilaku dari individu-individu yang terbentuk dan ditentukan oleh fakta-fakta social sebagai konsekuensi dari struktur aturan-aturan kebudayaan (*Emeil Durkheim*, dalam teori-teori sosial). Ganda pengertian inilah yang memisahkan terbentuknya suatu masyarakat dalam realita sosialnya, dimana ada yang terbentuk dengan sendirinya (alamiah) dan ada pula yang sengaja dibentuk oleh struktur-struktur tertentu.

d. Visual

Visual merupakan hasil dari proses yang diterima dan kemudian direpson oleh indra penglihatan. Gambar dan teks merupakan identifikasi dari apa yang biasa dilihat oleh indra penglihatan yang kemudian ditafsirkan menjadi suatu makna.

Kategori penyusun dalam sebuah visual merupakan unit dasar dari bahasa apa saja yang selanjutnya disebut sebagai *sign* atau *phoneme*. Sebuah *sign* adalah susunan dari sebuah *signifier* (sebuah suara atau gambar) dan *signified* (konsep atau pemaknaan), hubungan antara *signifier* dan *signified* adalah berubah-ubah (*Ferdinand de Saussure, dalam yongky safanoyong, Desain Komunikasi Visual Terpadu:26*).

Tahapan untuk memahami kontekstual dalam proses visual adalah memisahkan suatu proses kejadian. Tahapan tersebut dimulai dengan proses merasakan, kemudian melakukan proses penseleksian dan tercipta sebuah pemahaman terhadap apa yang dirasakan. Ketiga proses itu merupakan suatu konsep dari proses yang disebut sebagai penglihatan. Hal yang merujuk kepada suatu proses penseleksian dari salah satu proses diatas, adalah, warna, bentuk, kedalaman dan gerak.

Proses tersebut memberikan pengertian bahwa akan ada respon dari penglihatan terhadap sisi yang dilihat maka, akan terjadi sebuah proses menentukan pilihan dari apa yang dipikirkan subyek penglihat, untuk memahami apa yang dimaksud dari visual. Keputusan inilah yang dikenal dengan istilah *positioning* dan atau menciptakan *benak* bagi yang melihat. Bentuk dari keputusan ini, dapat dilihat dari cara berperilaku dan bertindak dari subyek yang melihat visual.

e. Sticker

Stiker merupakan sebuah bentuk oprasional dan menjadi bagian dari karya visual. Karya visual sejenis stiker ini ada yang mempunyai ukuran kecil atau bahkan besar. Fungsi stiker dalam lingkup ukuran dan bahan bergantung kepada kebutuhan yang akan digunakan. Data atau informasi yang tersaji dalam stiker seperti, gambar, huruf dan bentuk-bentuk yang sedemikian rupa menjadi satu kesatuan yang mempunyai makna. Fungsi stiker tidak hanya sebagai karya visual yang tersusun, melainkan juga bersifat persuasif, deskriptif sampai kepada kontemplatif. Tujuan stiker secara umum dapat menjadi bagian strategis dalam pelaksanaannya untuk menunjukkan identitas suatu badan/lembaga/seseorang atau biasa juga diposisikan sebagai alat promosi untuk membentuk *benak* bagi masyarakat yang melihat.

2. Analisa

Komunikasi adalah salah satu jenis interaksi, dimana para partisipan memakai bahasa atau simbol-simbol lain. Yang disepakati bersama atau setidak-tidaknya diterima bersama. Melalui sarana-sarana itu mereka

saling mempengaruhi. Kebutuhan akan pertahanan diri, reaksi, prokreasi, pemuasan seksual, sandang-pangan-papan dan banyak hal lain, mempertemukan orang kedalam relasi-relasi timbal balik, yang bentuknya ditentukan sedemikian rupa, hingga kurang lebih mengikat mereka (*George Simmel, dalam K.J Veeger:62*). Dengan munculnya simbol-simbol identitas berupa stiker kepada masyarakat yang menggunakan kendaraan bermotor maka, akan terjadi sebuah relasi pertahanan identitas untuk menunjukkan perbedaan cara prilaku atau yang digunakannya. Salah satu ciri keberadaan stiker yang saling menunjukkan eksistensi berdasarkan apa yang mereka pikirkan, gunakan dan yang dilakukan, sehingga dapat mememunculkan suatu kondisi yang penulis sebut dengan peperangan visual (stiker). Berikut contoh kalimat dalam stiker yang menunjukkan sisi eksistensinya, yang para penggunanya adalah pemilik kendaran matic dan bukan matic,

No	Substansi Stiker Matic	Subtansi stiker non matic
1	<i>Hari gini oper gigi, cape dceh!</i>	<i>Hari gini gak punya gigi, ompong dong!</i>

Substansi stiker ini hanya bertuliskan kalimat-kalimat yang sedemikian rupa, menggunakan bahasa keseharian agar mudah difahami kepada yang dituju. Muatan ini memberikan suatu penegasan terhadap perbedaan kelompok pengguna jenis motor, yang saling berperang tanpa harus berbicara. Sisi inilah yang dikatakan oleh Emeil Durkheim sebagai, Eksistensi yang ditunjukkan dalam bentuk prilaku dari individu-individu yang terbentuk dan ditentukan oleh fakta-fakta social sebagai konsekuensi dari struktur aturan-aturan kebudayaan. Penempatannya pun diletakan pada bagain ”spakbor” (istilah keseharian) agar bisa dibaca oleh kelompok yang dituju. Untuk dapat memberikan pembuktian terhadap apa yang dilakukan oleh salah satu kelompok yang menggunakan stiker, berikur penulis tampilkan berupa gambar stiker (data), yang digunakan oleh salah satu kelompok pengguna kendaraan bermotor berjenis matic,



Penulis menafsirkan realita *gambar 1.1* melalui pendekatan tipologi tanda menurut pierce (ikon, indeks dan simbol) agar menghubungkan relasi obyektivitas tentang eksistensialisme dalam identitas masyarakat. Ikon merupakan tipe tanda dari hasil cipta berupa bentuk yang sama persis dengan realitas, maka, ikon yang muncul dalam *gambar 1.1* adalah kalimat yang bertuliskan: *hari gini oper gigi, cape deh!*. Kalimat ini memberitahukan bahwa sudah ada transisi perkembangan teknologi kendaraan bermotor yang tadinya menggunakan kendaraan non-matic (oper gigi) menjadi ada kendaraan motor matic (tanpa oper gigi). Hal ini membuktikan bahwa si pengendara adalah subyek yang menggunakan perkembangan teknologi kendaraan terbaru yaitu motor matic (tanpa gigi). Indeks merupakan hubungan tanda yang terkait dengan hukum sebab akibat dengan apa yang diwakilinya atau disebut sebagai tanda bukti. Indeks yang muncul dalam *gambar 1.1* adalah kendaraan bermotor matic yang menjadi obyek bukti terhadap apa yang digunakan, dipikirkan untuk menggunakan dan perilaku menunjukkan terhadap apa yang ia gunakan melalui bentuk stiker yang ditampilkan pada bagian spakbor kendaraan bermotor matic. Sedangkan simbol adalah tanda berdasarkan konvensi atau perjanjian yang telah disepakati bersama, yang muncul pada *gambar 1.1* adalah keterikatan pemilik atas kendaraan yang ia gunakan.

Hubungan eksistensialisme identitas masyarakat dari *gambar 1.1* membuktikan bahwa, keberadaan individu tadi dalam lingkungan masyarakat, adalah usaha individu untuk menunjukkan identitasnya melalui perilaku dengan apa yang ia gunakan. Jika semakin tinggi tingkat kesamaan perilaku dan apa yang mereka gunakan maka, akan tercipta suatu kondisi terbentuknya *community* atau kepada *association*, yang menggantikan pola perilaku dan atau relasi afektif personal dengan pola yang lebih bersifat fungsional dan rasional, dalam hal ini adalah kelompok. Kelompok-kelompok tersebutlah yang semakin melegitimasi keberadaannya atas identitas kepada kelompok lain melalui stiker. Kegiatan yang saling memberikan umpan balik inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh kelompok strategis (kreatif) untuk dapat mengambil keuntungan atas apa yang terjadi dalam suatu realita. Sehingga berbagai stiker "visual-teks" berada diberbagai jenis kendaraan motor menjadi lebih bisa dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Orientasi tersebut muncul karna adanya suatu kategori masyarakat konsumtif sebagai pengguna (yang akan menggunakan produk apabila ada kesamaan cara pikir dan atau tindakan yang tercermin dari produk yang digunakan). Masyarakat konsumen adalah masyarakat dimana orang-orang berusaha mengafirmasi (mengiya-kan), meneguhkan identitasnya dan perbedaannya, serta mengalami kenikmatan melalui tindakan membeli dan mengkonsumsi sistem tanda bersama.

Dalam *Consumer Society*, Boudrillard menganalogikan konsumsi masyarakat masa kini dengan bahasa dan sistem tanda dalam masyarakat primitif. Manusia sepanjang masa membutuhkan suatu simbol pohon,

patung hingga muncul berbagai produk yang tidak diketahuinya, jika masyarakat masa kini pun punya kultus-kultus sendiri seperti terhadap kemasan benda-benda, citra (*image*), televisi, serta terhadap konsep kemajuan (*progress*) dan pertumbuhan (*growth*) (dalam Adeline May Tumenggung, Teori-Teori Kebudayaan:262).

Berdasarkan atas hadirnya masyarakat yang menggunakan produk teknologi berupa kendaraan bermotor yang berbeda, dan kemudian mengarah kepada dampak munculnya kelompok strategis (*profit oriented*) yang tahu akan kebutuhan identitas pengendara tadi. Maka, penulis mengistilahkan ini sebagai peperangan melalui visual, dimana sekelompok masyarakat yang saling berbeda identitasnya ini, kemudian memberikan pernyataan berupa deskriptif, ajakan, sindiran atau makian kepada kelompok yang dituju tanpa harus menggunakan bahasa verbal (lisan). Peperangan visual ini juga hal yang sangat operasional karna tanpa berbicara dan berperilaku seseorang atau sekelompok sudah mampu menyampaikan pesan untuk mencapai tujuannya. Selain stiker *matik vs non matik* ada juga beberapa kalimat dari stiker yang eksistensialismenya ditunjukkan berdasarkan tingkat hasrat dan kondisi pengendara kendaraan bermotor.

No	Isi Kalimat
1	<i>CAUTION: Jangan ditabrak, Cicilan belum lunas</i>
2	<i>CAUTION: Milik muslim, haram dicuri</i>
3	<i>CAUTION: Keluarga militer</i>
4	<i>Adilkah aku!</i>
5	<i>Hitamnya asap knalpot gue, tak sehitam muka lu!</i>

Untuk dapat memberikan sebuah hubungan atas apa yang ditampilkan melalui stiker, berikut penulis paparkan penafsiran terhadap pernyataan yang diuraikan dalam data diatas,

(1). Kendaraan yang digunakan sipemilik, belum terlegitimasi sepenuhnya karna, masih ada angsuran yang perlu diselesaikan, sehingga menempatkan tulisan ”jangan ditabrak”, ada kehati-hatian publik dalam mengemudi kendaraan bermotor agar tidak bertabrakan dengan si pemilik motor, karna eksistensinya ditunjukkan pada produk yang belum lunas. (2). Pada urutan yang kedua, sipemilik memberitahukan eksistensinya melalui pendekatan keagamaannya kepada publik, karna sampai pada hari ini jumlah masyarakat muslim di Indonesia terbanyak di asia. Sehingga kalimat haram adalah pesan moral yang terkandung bahwa mencuri motor seorang muslim adalah dosa, walaupun pada hakikat universal, mencuri dalam struktur normatif adalah sama. (3). Stiker ini bersifat arogan, karna eksistensi yang ditunjukkan oleh pemilik adalah lingkaran dari keturunan atau keluarga militer. Jika dikaitkan dengan kondisi yang subyektif

masyarakat bahwa, akan muncul rasa kehati-hatian, enggan, takut terhadap kelompok militer karna tindakan aparaturnya keamanan negara salah satunya menindas masyarakat kecil atau yang terpinggirkan. (4). Stiker ini bersifat perenungan karna, dibalik makna adilkah aku! Ada sesuatu yang terjadi dalam psikis pemilik kendaraan. (5). Stiker ini menunjukkan eksistensinya si pemilik melalui produk kendaraannya yang mengeluarkan asap kendaraannya tidak berwarna hitam. Hal tersebut dikarenakan asap memberikan asosiasi warna hitam. Sehingga jika ada individu atau sekelompok individu yang warna kulitnya lebih hitam dari pada asap kendaraannya, maka, sifat stiker ini menjelekkan keberadaan fisik orang lain.

Situasi ini merupakan wujud dari suatu tindakan personal atau kelompok, yang kesemuanya itu mempunyai makna atas apa yang dilakukannya. Hal tersebut dilakukan untuk terciptanya sebuah eksistensi yang ingin ditunjukkan kepada publik. Ada empat sub-sistem dalam tindakan manusia dari sistem umum tindakan manusia, masing-masing: organisme, personaliti, sistem sosial dan sistem kultural. Keempat sub-sistem ini terlihat sebagai suatu susunan mekanisme yang saling berkaitan yang mengendalikan tindakan manusia. Dengan demikian kebutuhan-kebutuhan yang bersifat psikologis, norma sosial dan nilai-nilai kultural dalam masing-masing sub-sistem tindakan ini secara berturut-turut membimbing dan mengendalikan tindakan manusia (*dalam Ankie.M.M Hoogvelt, sosiologi masyarakat sedang berkembang:26*)

Fenomena peperangan visual ini, adalah sebuah fakta sosial yang hadir ditengan-tengah kita. Kemudian kesemuanya tadi, tidak hadir dengan sendirinya melainkan ada proses hasrat yang ingin ditunjukannya kepada publik melalui penggunaan alat bernama stiker. Visualisasi berupa teks melalui stiker merupakan alat penyampaian pesan sebagai suatu pendekatan baru oleh kelompok strategis, yang memanfaatkan ruang konsumtifnya masyarakat pengguna stiker, atas akibat produk yang digunakannya.

C. PENUTUP

Berdasarkan suatu tinjauan melalui hasil analisis penulis, berikut beberapa hal yang dapat dikategorikan sebagai identitas masyarakat dalam situasi-posisi yang menunjukkan sisi eksistensinya dihadapan khalayak yang dituju,

1. Cikal bakal pembentukan identitas suatu masyarakat/individu, ada yang bersifat alamiah (terbentuk dengan sendirinya) dan ada pula yang bersifat bentukan dari fakta-fakta sosial dan atau struktur-struktur mobilitas melalui simbol. Bentuk ini tidak saja memberikan pengaruh kepada individu, tetapi juga meluas antar individu-individu lain yang bersifat sama, atas apa yang mereka pikirkan, gunakan dan yang dilakukan.
2. Kehadiran komunikasi visual dalam realita sosial dapat memberikan pengaruh bagi sekelompok individu yang merasa sama dengan apa yang

dihadirkan melalui pendekatan visual. Komunikasi ini mengantarkan sisi manusia kearah yang bukan lagi konvensional (berhadapan-interaksi), tetapi lebih menempatkan publik sebagai pembaca sekaligus menafsirkan terhadap apa yang akan disampaikan pendengara.

3. Tak dapat dipungkiri bahwa teknologi memberikan suatu daya kepada masyarakat dalam menciptakan sesuatu dengan mudah dan murah. Kondisi ini pada akhirnya memunculkan kelompok-kelompok strategis dalam memanfaatkan kondisi sosial sebagai orientasi mencari keuntungan.
4. Kehidupan sosial dan ekonomi lebih berkisar pada konsumsi simbol-simbol dan gaya hidup masyarakat, yang kemudian mengarah kepada produksi barang (dalam hal ini stiker) yang semua itu adalah ciri khas dari era industri saat ini.
5. Konsumsi simbol yang digunakan masyarakat era ini, merupakan refleksi atas ketidaksiapan mental dan cara pikir dalam menghadapi gempuran keras globalisasi melalui nilai dan janji-janji harapan peradaban modern.
6. Kategori orientasi munculnya simbol-simbol tersebut, adalah sebuah fakta yang mestinya dihadapi secara kritis, hal itu dibuktikan atas munculnya kelompok strategis yang mencari keuntungan untuk membuat dikotomi terhadap komunikasi konvensional.
7. Mestinyalah, para pencipta visual dalam hal ini stiker, untuk lebih memikirkan *sosial responsibility* sebagai bagian dari upaya besar yaitu memanusiaikan manusia dan meng-Indonesiakan Indonesia.

Demikian akhir dari penulisan ini, sebagai saran dari penulis, hendaknya kita menunjukkan sisi eksistensi kepada yang kita tuju, dengan menggunakan hal-hal yang bersifat prestasi-manusiawi-benar, sebagai tanggungjawab pengetahuan dan kemampuan. Bila perlu, gunakan cara-cara perang yang agung (tidak saling mengejek atau sindirian) serta tidak membanggakan dengan apa yang kita gunakan melalui produk-produk atau sesuatu hal yang bukan ciptaan kita sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Veeger, K.J. 1993. *Realitas Sosial: Refleksi Filsafat Sosial atas Hubungan Individu-Masyarakat dalam Cakrawala Sosiologi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hoogvelt, Ankie.M.M. 1976. *Sosiologi Masyarakat Sedang Berkembang*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Safanayong, Yongky. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.
- Sutrisno, Mudji. dkk. *Cultural Studies: Tantangan Bagi Teori-Teori Besar Kebudayaan*. Depok: Koekoesan.
- Sutrisno, Mudji dan Hendar Putranto. 2005. *Teori-Teori Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Amir Piliang, Yasraf. 2003. *Hiper Semiotika : Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, Yogyakarta: Jalasutra.