

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Objek – objek yang dianggap sebagai ikon budaya visual bagi kota Bandung berasal dari kategori seni patung-monumen, arsitektur dalam bentuk bangunan atau jembatan, logo, benda kriya dalam bentuk alat musik, makanan ringan, Koran, majalah, hingga sebuah media *online*. Objek tersebut ada ikon budaya visual yang berhubungan dengan sejarah kota Bandung sebagai kota kolonial, ada pula ikon yang berasal dari perkembangan yang terjadi di kota Bandung masa kini. Objek yang menjadi ikon budaya kota Bandung dikukuhkan melalui pengakuan masyarakat kota Bandung sendiri melalui liputan media massa, buku-buku tentang kota Bandung yang diterbitkan oleh swasta atau atas bantuan dana dan persetujuan pemerintah daerah Kota Bandung atau pemerintah daerah provinsi Jawa Barat.

Ikon – ikon budaya kota Bandung saat ini berasal dari kategori ikon yang sudah ada sejak lama, beberapa diantaranya sudah menjadi ikon kota Bandung sejak jaman kolonial, sejak jaman awal kemerdekaan hingga dan ikon budaya yang merupakan produk baru yang rata-rata muncul mulai tahun 2000an. Latar belakang objek – objek tersebut menjadi ikon budaya visual bagi kota Bandung adalah berdasarkan pertimbangan aspek keunikan pada hampir semua ikon, aspek *geographical ties* pada hampir semua ikon, rata – rata semua ikon budaya visual di kota Bandung memiliki kekuatan dari aspek *specific time*. Namun untuk konteks produk komersial aspek konsistensi terjadi karena latar kehidupan objek tersebut bagi keberlangsungan perusahaan. Sedangkan konsistensi pada objek yang bersifat aset pemerintah dibangun dengan sosialisasi dan publikasi dalam bentuk buku, situs resmi yang berkaitan dengan ikon-ikon tersebut. Beberapa ikon lainnya muncul secara berantai dalam berbagai objek lainnya yang juga turut menjadi ikon bagi kota

Bayyinah Nurrul Haq, 2013

Ikon Budaya Visual Dalam Persepsi Remaja Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Bandung, hal ini terjadi pada ikon kota Bandung, PERSIB, muncul dalam bentuk dua monumen berbeda, lambang yang sama dengan lambang kota Bandung hingga bertransformasi dalam bentuk *merchandise* bagi pendukungnya. Aspek emosi yang dapat dibagikan, selalu berubah seiring perkembangan jaman, kondisi inilah yang membuat beberapa ikon mampu bertahan karena selain objeknya, mereka memiliki semacam cerita dibalik objek tersebut yang selalu diturunkan ke generasi berikutnya.

Ikon – ikon budaya kota Bandung yang dipetakan dari dokumen resmi Pemerintah Daerah dipersepsi secara berbeda pada beberapa jenis ikon budaya. Perbedaan persepsi terjadi karena objek –objek yang termasuk ke dalam peta ikon budaya visual menurut pemerintah daerah mengacu pada pertimbangan sejarah objek tersebut dan kontribusinya pada masyarakat secara umum dan pemerintah itu sendiri. Sementara remaja kota Bandung yang diteliti ternyata memiliki wawasan yang relatif terbatas mengenai ikon – ikon tersebut. Sehingga pada beberapa kategori mayoritas remaja tidak menyadari keberadaan ikon tersebut di kota Bandung, yang ditunjukkan dengan ketidaktahuannya. Hal ini terjadi pada tokoh atau seniman perupa.

2. Remaja kota Bandung pada umumnya sudah dapat menyadari apa arti ikon budaya visual bagi kota Bandung. Menurut mereka yang dimaksud dengan ikon budaya visual kota Bandung adalah :
  - objek- objek visual yang dapat mengingatkan orang pada kota Bandung : tempat di kota Bandung, sesuatu yang ada di kota Bandung; sesuatu yang berasal (sejarah/asal-muasal) dari kota Bandung; sesuatu yang (hanya) di produksi di kota Bandung, sesuatu yang sudah lama ada (“sejak jaman Belanda” atau “sejak jaman orang tua saya”) di kota Bandung, sesuatu yang lazim/ banyak/mudah didapat di kota Bandung.
  - sesuatu yang dapat membanggakan kota Bandung : sesuatu yang terkenal; prestasi dari (orang /sekelompok orang (tempat )) Bandung; sesuatu yang berkualitas dari kota Bandung; sesuatu yang unik; sesuatu yang aneh.

Sebuah ikon budaya visual ditanggapi sebagai ikon yang kuat kehadirannya sebagai rujukan untuk kota Bandung menurut remaja kota Bandung adalah ikon yang dapat diakses oleh mereka dalam kesehariannya, sesuatu yang berhubungan atau dibutuhkan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Aktivitas sehari-hari remaja kota Bandung didominasi oleh kegiatan belajar di sekolah dan belajar di luar rumah untuk kepentingan sekolah seperti bimbingan belajar, kerja kelompok, dan belajar bersama. Sisa waktu mereka digunakan untuk bersantai, jalan-jalan, berkumpul dengan teman. Umumnya mereka akan memilih tempat – tempat umum seperti pusat perbelanjaan, pusat jajanan hingga lahan hijau atau taman dalam kota. Dengan ritme aktivitas seperti itu sangat kecil kemungkinan bagi remaja kota Bandung untuk dapat mengakses berbagai jenis ikon.

Kondisi inilah yang membuat mereka memiliki wawasan yang relatif terbatas. Mudah-mudahan mengakses informasi seputar ikon tersebut di media internet juga kurang terdapat, karena rata-rata remaja kota Bandung mencari informasi yang dibutuhkan berdasarkan rekomendasi dari teman sebayanya. Faktor keluarga yang umumnya merupakan keluarga dengan ayah-ibu bekerja, membuat mereka memiliki waktu lebih sedikit untuk berbagi cerita tentang objek-objek yang menjadi ikon kota Bandung tersebut. Kurangnya informasi dari kegiatan pembelajaran di sekolah, membuat remaja –remaja tersebut tidak mendapatkan pemacu untuk dapat melihat kota Bandung secara lebih dekat dan memikirkan bagaimana konteks lingkungan sosial budaya kota Bandung.

Beberapa remaja yang dapat mengenali ikon budaya visual kota Bandung umumnya mendapatkan informasi dari keluarga dekatnya yang lebih tua. Kondisi ini terjadi pada remaja dengan mobilitas tinggi maupun pada kondisi remaja dengan mobilitas rendah.

3. Konstruksi persepsi remaja kota Bandung pada ikon – ikon budaya visual kota Bandung, berasal dari stimulus yang bersifat visual, verbal, dan beberapa harus berupa stimulus *tactical* hingga dirasakan. Hal yang mempengaruhi reaksi atau

**Bayyinah Nurrul Haq, 2013**

Ikon Budaya Visual Dalam Persepsi Remaja Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tanggapan mereka terhadap ikon – ikon budaya visual kota Bandung dilatarbelakangi factor kepentingan. Seberapa jauh kepentingan mereka terhadap ikon tersebut, seberapa penting ikon itu hadir dalam keseharian mereka. Sedangkan hasil proses persepsi menjadi negatif atau positif bergantung pada ekspektasi mereka pada kota Bandung sebagai tempat tinggal mereka saat ini, tempat mereka tumbuh dan berkembang. Tanggapan negatif umumnya terjadi karena ikon itu tidak pernah hadir dalam kehidupan mereka dan mereka tidak membutuhkannya saat ini. Tanggapan positif umumnya terjadi bila mereka memiliki pengalaman positif saat melihat, mengunjungi, membeli atau menggunakan/mengonsumsi ikon –ikon tersebut.

### **B.Saran**

1. Saran penulis ditujukan pada Pemerintah Daerah Kota Bandung untuk membuat saluran komunikasi yang sesuai dengan karakter dan ritme aktivitas remaja Bandung. Banyak ikon kota Bandung yang dilupakan remaja kota Bandung terjadi karena mereka tidak diberikan akses yang cukup untuk berinteraksi secara langsung dengan ikon – ikon tersebut. Hal ini diutamakan pada ikon yang berasal dari kategori benda bersejarah.
2. Saran kedua penulis ditujukan pada guru-guru seni Budaya dan MGMP Seni Budaya untuk lebih kreatif lagi dalam memilih materi dan bahan ajar seni budaya terutama seni rupa, karena saat ini perkembangan seni rupa mengarah pada hal yang lebih luas yaitu *visual culture*, kondisi ini dapat menjadi suatu keuntungan tersendiri karena di kota Bandung sendiri banyak sekali sumber ajar berupa berbagai ikon budaya visual yang dapat disajikan di ruang kelas, lebih actual dalam kehidupan sehari-hari siswa. Menyajikan ikon budaya visual kota Bandung turut membangun literasi budaya siswa, pada akhirnya akan membatu upaya mencapai tujuan untuk meningkatkan kompetensi dalam pendidikan seni rupa yaitu apresiasi dan ekspresi. Melibatkan komunitas – komunitas yang peduli pada ikon – ikon budaya kota Bandung

**Bayyinah Nurrul Haq, 2013**

Ikon Budaya Visual Dalam Persepsi Remaja Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

untuk bertindak asertif dengan terlibat langsung dalam pendidikan di sekolah, mengingat untuk saat ini anggota komunitas semacam itu masih didominasi oleh mahasiswa

3. Saran ketiga, penulis tujukan pada.peneliti lainnya untuk bisa menelaah fenomena remaja kota Bandung dan kota lainnya dalam hal aktivitas belajar dan proses kognisi pada remaja saat ini.Hal ini berdasarkan temuan penulis saat melakukan penelitian adanya gap yang besar antara remaja saat ini dengan remaja generasi sebelumnya dalam memahami dan menyadari keberadaan ikon-ikon budaya dan hal lain yang ada disekelilingnya, penelitian tentang relevansi kurikulum pendidikan seni budaya dengan konstruksi ikon budaya visual yang ada.

