

Elemen Visual Mitologi Cirebon dalam Perancangan Kerajinan Gerabah Sitiwinangun untuk Produk Interior

Cirebon Mythology Visual Elements in The Design of Sitiwinangun Ceramic Crafts for Interior Products

Hatif Adiar Almantara¹, Gita Winata², Deni Yana³

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung, Indonesia^{1,2}
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Budaya Indonesia Bandung, Indonesia³

How to cite:
Almantara, H. A., Winata, G., & Yana, D. (2024). Elemen visual Mitologi Cirebon dalam perancangan kerajinan gerabah Sitiwinangun untuk produk interior. *Serat Rupa Journal of Design*, 8(1), 19-36.
<https://doi.org/10.28932/srjd.v8i2.6490>

Abstrak

Sejak Sitiwinangun diumumkan sebagai desa wisata gerabah pada 2016, berbagai program pengembangan gerabah di desa tersebut mulai diinisiasi oleh berbagai pihak baik akademisi, pemerintah, maupun badan usaha. Penelitian ini bertujuan mengembangkan tradisi pembuatan gerabah di Desa Sitiwinangun dengan fokus pada potensi gerabah Sitiwinangun khususnya patung bertema mitologi Cirebon yang diaplikasikan pada perancangan produk gerabah untuk interior. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *practice-led research* melalui pendekatan perancangan, pendekatan teknis, dan pendekatan visual dengan tahapan observasi, pengembangan desain, hingga tahap finalisasi desain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk patung gerabah mitologi Cirebon dapat dikembangkan melalui aplikasi pada produk interior. Kegiatan penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap tradisi lokal, pengembangan keilmuan, diversifikasi produk, serta peningkatan taraf hidup dan perekonomian masyarakat khususnya dari sektor gerabah.

Kata Kunci

Cirebon, Gerabah, Interior, Mitologi, Tradisi

Abstract

Since Sitiwinangun has announced as a pottery tourism village in 2016, various pottery development programs in this village have been initiated by several parties, including academics, government, and business entities. This research aims to develop a tradition of making pottery in Sitiwinangun with a focus on the potential of Sitiwinangun pottery, especially sculptures with the theme of Cirebon mythology that applied to the design of pottery products for interiors. The method used in this study is *practice-led research* through a design approach, a technical approach, and a visual approach with the stages of observation, design development, and design finalization. The results showed that the form of Cirebon's mythological sculptures could be developed through application to interior products. This research is to improve people's appreciation of local traditions, scientific development, product diversification, and the community's living standards and economy, especially in the pottery sector.

Correspondence Address:

Hatif Adiar Almantara,
Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Teknologi Bandung.
Jl. Ganesa no. 10 Bandung,
Jawa Barat, 40132
Email: hatifalmantara@gmail.com



© 2024 The Authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Keywords*Cirebon, Pottery, Interior, Mythology, Tradition***PENDAHULUAN**

Desa Sitiwinangun adalah salah satu desa penghasil gerabah tertua di daerah Jawa Barat (Yana dkk., 2020). Desa ini terletak di Kecamatan Jamblang, Kabupaten Cirebon. Secara historis tradisi pembuatan gerabah di Desa Sitiwinangun sudah ada sejak 1122 dan mengalami kejayaannya pada dekade '90-an (Almantara dkk., 2020; Saptono dkk., 2013). Gerabah Sitiwinangun tidak hanya dikenal pada wilayah domestik namun hingga ke mancanegara yang didukung oleh beberapa program pameran, kunjungan wisata, dan berbagai kegiatan penunjang lainnya. Namun sejak munculnya usaha kerajinan furnitur dari ban bekas di Desa Sitiwinangun pada 2000, banyak pengrajin gerabah yang beralih profesi menjadi pengrajin ban bekas yang dianggap lebih menguntungkan secara ekonomi. Saat ini jumlah pengrajin gerabah Sitiwinangun hanya tersisa tidak lebih dari 73 orang (Almantara dkk., 2022).

Selain karena tumbuhnya usaha kerajinan furnitur dari ban bekas, penurunan gerabah Sitiwinangun juga disebabkan oleh beberapa faktor lain seperti berkurangnya tokoh-tokoh pembuat gerabah dikarenakan tutup usia atau tidak produktif karena faktor usia, berkurangnya minat generasi muda terhadap profesi pembuat gerabah, turunnya harga gerabah di pasaran akibat masuknya produk plastik, dan tren produk yang mengalami stagnasi (Widayanti dkk., 2018). Kondisi tradisi pembuatan gerabah di Desa Sitiwinangun yang semakin memprihatinkan tersebut, tentu saja memerlukan upaya-upaya solutif dalam rangka konservasi atau revitalisasi. Revitalisasi tradisi yang merupakan hasil adaptasi dari pewarisan tradisi tentu saja memerlukan partisipasi aktif dari berbagai pihak dan merupakan kombinasi dari metode konservasi, restorasi, dan rekonstruksi (Ho & Hou, 2019; Yana dkk., 2022). Revitalisasi merupakan proses yang bersifat jangka panjang dan bertujuan untuk menyelamatkan suatu kawasan dari krisis melalui perubahan ekonomi, sosial, dan budaya. Revitalisasi tradisi seperti gerabah Sitiwinangun sangat penting dilakukan untuk menghindari kepunahan, peningkatan lapangan kerja, dan pembinaan komunitas pengrajin di sentra (Balsas, 2018).

Sebenarnya sejak Desa Sitiwinangun diresmikan menjadi desa wisata berbasis gerabah pada 2016, berbagai program pengembangan telah banyak dilakukan oleh berbagai pihak baik akademisi, pemerintah, maupun badan usaha (Chamidah dkk., 2020). Penelitian dan pengembangan untuk membangkitkan kembali gerabah Sitiwinangun yang dilakukan oleh para akademisi khususnya dari perguruan tinggi seni banyak dilakukan melalui pengembangan produk berbasis kekhasan lokal seperti gerabah untuk interior seperti yang dilakukan dalam penelitian ini. Dalam mengembangkan produk gerabah untuk interior berbasis kekhasan lokal dan strategi pengembangannya, dilakukan kajian terhadap beberapa penelitian yang telah dilakukan dalam sepuluh tahun terakhir. Li dkk. (2012) menyatakan bahwa gerabah sebagai bahan anorganik telah banyak digunakan di bidang elektro, industri

kimia, biomedis, teknik medis, militer dan arsitektur, tetapi masih sedikit diterapkan dalam desain interior. Dengan sifat teksturnya yang lembut dan alami, berkilau serta warna yang sangat variatif, gerabah memiliki prospek yang cukup baik bila diterapkan dalam desain interior (Li dkk., 2012).

Penelitian di Vietnam menunjukkan bahwa pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21, produk gerabah di Kota Ho Chi Minh khususnya dan Selatan pada umumnya memasuki era baru yang lebih modern baik dari segi material, dekorasi, dan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk gerabah interior yang banyak dikembangkan berupa ubin dengan material dan dekorasi tradisional walaupun dengan sentuhan modern yang banyak digunakan untuk konstruksi, arsitektur, desain interior dan eksterior. Jadi gerabah tidak hanya berfungsi sebagai penutup bangunan, tetapi juga memiliki fungsi dekoratif yang sangat estetis (Ngan & Minh, 2021).

Berdasarkan tinjauan terhadap beberapa penelitian terdahulu dapat dilihat bahwa pengembangan gerabah untuk interior telah banyak dieksplorasi sebagai cara untuk memanfaatkan gerabah sebagai elemen interior yang juga memiliki fungsi dekoratif. Ternyata belum banyak penelitian yang mengkaji pengembangan produk gerabah untuk interior berbasis kekhasan tradisi lokal. Dengan demikian menjadi sangat penting dilakukan penelitian mengenai pembuatan gerabah Sitiwinangun bertema mitologi Cirebon yang diterapkan dalam proses perancangan produk/karya gerabah untuk elemen interior. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bagian dari terciptanya hubungan yang sinergis antara pihak pemerintah, swasta, akademisi, dan industri dalam rangka peningkatan apresiasi terhadap tradisi lokal, pengembangan keilmuan, diversifikasi produk, serta peningkatan taraf hidup dan perekonomian masyarakat khususnya dari sektor gerabah.

METODE PENELITIAN

Gerabah merupakan istilah lokal Indonesia untuk keramik bakaran suhu rendah (*Earthenware*). Ada pun keramik sendiri merupakan barang dari tanah liat yang dibakar (Kriegesmann & Kratz, 2015). Pembuatan keramik dari zaman dahulu hingga saat ini secara prinsip tidak berubah yaitu melalui pengolahan bahan, pembentukan, dekorasi, dan pembakaran (Bland dkk., 2017). Proses pembuatan dan penggunaan keramik dilihat dari sudut pandang tradisi sangat erat kaitannya dengan unsur budaya lain seperti lingkungan alam, religi, mitos, dan ekonomi (D'Ercole dkk., 2017).

Mitos bukanlah kebohongan karena mampu membangun makna dan menyediakan kejelasan bagi mereka yang percaya pada cita-cita sosial yang mereka wakili. Mitos berfungsi untuk meratakan kompleksitas, nuansa, kontradiksi performatif sejarah manusia, menyajikan cerita yang sederhana dan sering kali uni-vokal (Kelsey, 2016). Mitos ditujukan untuk membangun hubungan yang harmonis manusia dengan dunia, mengatasi permusuhan dan kecemasan, menekan ketakutan, juga mengatur kehidupan komunal. Perilaku yang berakar sebagai norma berkat penerapan mitos menghasilkan penyatuan manusia dalam komunitas tertentu berdasarkan tindakan praktis dan kolektif mereka. Mitos mewujudkan pencapaian budaya

yang sama, bahwa negara yang berbeda mungkin memiliki konsep mitos yang serupa, bahwa banyak gagasan ontologis dan konstanta spiritual adalah hal yang umum bagi semua bangsa. Oleh karena itu, mitos adalah modus eksistensi universal, budaya umum, komprehensif, yang telah mempertahankan relevansinya selama berabad-abad dan masih relevan saat ini, direproduksi dalam invarian modernnya. Mitologi diproduksi oleh kejeniusan kreatif masyarakat dan merupakan bagian yang melekat pada kesadaran etnis (Tsepkaló, 2016).

Unsur-unsur rupa yang umum digunakan dalam bidang seni rupa dan analisis visual meliputi warna (*color*), bentuk (*shape / form*), dan bahan (*material*) akan tetapi untuk elemen visual keramik, perlu ditambahkan pola yang memberi makna simbolis pada keramik (Yi dkk., 2021). Elemen visual mengacu pada bentuk penglihatan dalam pikiran yang disebabkan oleh perbedaan warna pada ruang datar. Setiap elemen visual adalah informasi yang ditujukan untuk memberikan informasi secara lebih efektif (Ying, 2014). Ketika melihat keramik, masyarakat menentukan penggunaannya melalui penampilannya dan mengeksplorasi elemen visual, seperti bahan, warna, dan pola, secara intuitif. Dalam bidang visual, unsur-unsur pembentuk wujud suatu objek disebut unsur visual, dan produk keramik memiliki elemen visual berupa fungsi, bentuk, bahan, warna, dan pola (Yi dkk., 2022).

Penelitian ini menggunakan metode *practice-led research* atau penelitian berbasis praktik/proyek, yaitu paduan antara kegiatan analisis literatur dan kegiatan praktis di studio/laboratorium, yang terdiri dari serangkaian kegiatan analisis teoritis, proses kreasi (penciptaan karya), dan pameran karya dengan beberapa pendekatan perancangan, pendekatan teknis, dan pendekatan visual (Rust dkk., 2007). *Practice-led research* adalah sebuah pendekatan penelitian yang dapat menggabungkan praktik kreatif, metode kreatif, dan hasil kreatif menjadi sebuah desain penelitian dan juga sebagai bagian dari hasil penelitian (Candy, 2006). Salah satu karakter utama dari penelitian *practice-led research* yaitu menciptakan dan merefleksikan karya baru melalui riset praktik yang dilakukan. Penelitian ini juga mengarah pada pemahaman baru tentang praktik yang terintegrasi dengan proses berkarya (Hendriyana, 2022). Metode *practice-led research* yang berkembang karena banyaknya kesulitan para praktisi seni ketika menggunakan paradigma riset tradisional dipilih oleh peneliti untuk mengembangkan strategi riset agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan kondisi praktik di lapangan (Murwanti, 2017). Berikut beberapa tahapan proses kegiatan yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Observasi Awal

- a. Melakukan identifikasi terhadap kerajinan gerabah Sitiwinangun yang meliputi aspek bahan baku, bentuk, warna, tekstur, dan pola yang diterapkan pada produk.
- b. Melakukan pengumpulan data dan informasi tentang jenis-jenis produk interior yang telah diproduksi di sentra kerajinan gerabah Sitiwinangun dan

pengumpulan data literatur tentang produk patung gerabah mitologi Cirebon.

- c. Melakukan analisis data tentang elemen visual mitologi Cirebon dan bentuk-bentuk produk interior yang berpotensi untuk diterapkan.
2. Pengembangan desain berupa perancangan bentuk-bentuk baru produk gerabah interior dengan menerapkan elemen visual mitologi Cirebon.
3. Menghasilkan desain akhir dan pembuatan purwarupa produk gerabah interior yang menerapkan elemen visual mitologi Cirebon.
4. Melakukan evaluasi dari perancangan dan purwarupa yang telah dibuat.

PEMBAHASAN

Sejarah dan Definisi Cirebon

Menurut catatan dalam sejarah kuno, yang dikenal sebagai Cirebon merupakan daerah yang terletak di sebelah utara ujung paling timur Pulau Jawa bagian Barat. Kini yang dikenal sebagai daerah Cirebon adalah wilayah bekas Keresidenan Cirebon yang terdiri dari Kabupaten Cirebon, Kuningan, Indramayu dan Kota madya Cirebon (Rozi & Misbah, 2022). Cirebon terletak pada persimpangan jalan dari berbagai jurusan yang mungkin sangat mempengaruhi sifat kesenian Cirebon. Pada umumnya kesenian Cirebon memperlihatkan akulturasi berbagai budaya (Jawa, Cina) dan kepercayaan (animisme, Hindu-Buddha, Islam) (Irawati dkk., 2022; Koesoemadinata, 2013). Salah satu buktinya adalah lambang keraton Cirebon, harimau putih, yang merupakan peninggalan dari kerajaan Hindu-Sunda (Abdurrahman, 1982).

Kesenian Cirebon pada awalnya merupakan wujud persembahan rakyat dalam kegiatan keagamaan (Al-Fazri & Hajam, 2019). Sebelum masuknya Hindu di Pulau Jawa, masyarakat memuja segala manifestasi alam yang ada di sekitar mereka, seperti tumbuh-tumbuhan, batu karang dan laut, sungai, gunung, angin dan topan (Iryana dkk., 2023). Mereka percaya bahwa segala manifestasi alam ini memiliki roh, misalnya roh leluhur, yang selalu hadir dan menjaga mereka, sehingga bagi masyarakat pra-Hindu, semua bentuk kesenian adalah perwujudan terhadap kepercayaan agama Cirebon menjadi pusat kehidupan dengan pengaruh spiritual dan kemudian setelahnya Agama Islam datang dengan pola baru, *Wali Sanga* menggunakan media kesenian untuk meraih hati nurani rakyat (Abdurrahman, 1982). Ajaran dan filsafat Hindu juga Islam bertemu kemudian lambat laun melebur.

Mitologi Cirebon

Mengutip dari (Abdurrahman, 1982) yang menyatakan bahwa Cirebon terkenal karena keseniannya seperti batik memiliki pola dan corak istimewa yang tidak ditemukan pada daerah lain. Terdapat beberapa corak yang menggambarkan suatu lambang tertentu, yang paling terkenal adalah corak macan putih yang mendapatkan pengaruh Islam sehingga

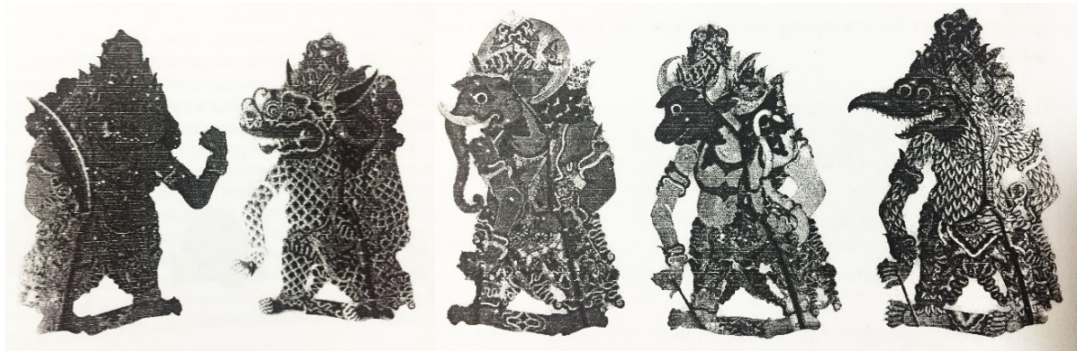
mengadopsi bentuk Singa Parsi (Hasbunallah, 2019). Pola lain yang terkenal adalah Paksi Naga Liman, yaitu hewan mistis yang terbentuk dari berbagai unsur kebudayaan. Paksi adalah burung *phoenix* yang berarti lambang kerajaan, naga adalah ular yang memberi hidup, sedangkan liman adalah gajah yang menggambarkan kekuatan dan kecerdikan seperti Ganesha dalam mitologi Hindu (Effendi, 2023). Pada dasarnya motif-motif tersebut merupakan penyatuan kebudayaan Islam, Hindu, dan Cina sehingga menjadi bentuk kerja sama berbagai kebudayaan yang hidup bersama secara harmonis dalam masyarakat di pantai utara Jawa.

Salah satu bentuk penggambaran makhluk mitologi Cirebon pada bidang kesenian adalah wayang kulit. Menurut Sabana dalam Adisasmito (2010) wayang kulit Cirebon merupakan salah satu seni pertunjukan tradisional yang berakar dari kebudayaan pra-Hindu yang animistis. Kesenian wayang kulit Cirebon dalam perkembangannya banyak digunakan untuk menyampaikan wiracarita India Mahabharata dan Ramayana sebagai media teleologi Hindu-Buddha. Setelah itu seni wayang kulit dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam oleh *Wali Sanga* (Perasutiyo dkk., 2022). Pertunjukan wayang kulit banyak berperan dalam kehidupan masyarakat Cirebon dalam mengisi acara syukuran dan upacara rutin dalam setahun (Adisasmito, 2010).

Dalam pertunjukan wayang kulit biasanya terdapat simbol yang disebut *Gunungan* atau *Kayon* (Yulianto dkk., 2022). *Gunungan* merupakan singkatan dari *kang agung lan gumunung* artinya Yang Agung dan Yang Luhur yakni *sifatullah*. *Kayon* berasal dari kata Arab *hayun* artinya hidup. *Gunungan* merupakan simbol adanya Tuhan yang sudah hadir sejak alam semesta masih *awing uwung* (kosong). Itulah sebabnya sebelum pertunjukan dimulai, *Gunungan* biasanya sudah tertancap di *pakeliran* (lambang alam semesta). Di dalam *Gunungan* terdapat gambar-gambar flora dan fauna yang melambangkan adanya kehidupan di bumi, seperti *wiwitan* (tumbuhan), *kembang wijaya mulya* (manusia harus bisa mengembangkan kejayaan dan kemuliaan dunia akhirat), pohon dililit dua naga (hidup yang dililit dua nafsu, *sufiyah* dan *lauwamah*), *Manuk Beri Singabarong* (makhluk yang selalu bersama-sama dan membimbing manusia, adalah malaikat), *Liman* (gajah bertangan empat berkaki dua), *Wadasan* (wadah insan/manusia), *Pandan* (persamaan rasa antara lahir dan batin manusia) (Jb., 2015; Yulianto dkk., 2022).

Tokoh pewayangan dapat dikategorisasikan berdasarkan aspek perupaan, aspek periwayatan, dan aspek pertunjukan. Budiono dalam (Adisasmito, 2010) menjelaskan bahwa dalam pedalangan Cirebon penggolongan tokoh-tokoh wayang berdasarkan pada perupaan (*dedeg*) yaitu ketetapan bentuk secara utuh (terutama ukuran) dengan mengacu pada ukuran terbesar hingga terkecil yaitu: *Denawa*, *Ponggawa*, *Sanggan*, *Satria*, *Pucungan*, *Kaputren*, dan *Jabangan*. *Denawa* merupakan figur wayang bertubuh besar yang disebut *raksasa* (lelaki) dan *raksesi* (perempuan) atau *buta/butho* dengan ciri visual hidung besar, mata melotot, mulut menganga dengan taring, perut buncit, dan biasanya wajah berwarna merah (Rud dkk., 2020). Model komposisi *Jantaran Denawa* versi Ki Dalang Maruna adalah sebagai berikut: *Buta Liong* (raksasa berkepala naga versi Cina), *Buta Ula* (raksasa berkepala ular / *sarpa*), *Buta Mahesasura*

(raksasa berkepala kerbau), *Buta Manuk* (raksasa berkepala burung), *Buta Banteng* (raksasa berkepala banteng) (Hasyim, 2011).

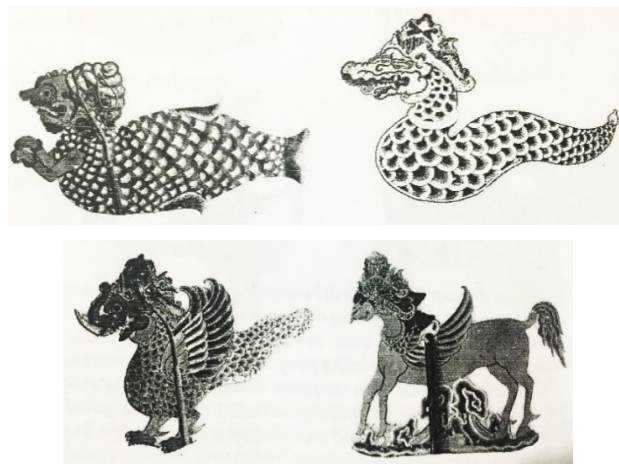


Gambar 1. Tokoh wayang khas Gagrak Cirebon: (berurutan dari kiri) Wayang Batara Kala, Buta Liong, Gajah Gohkarna, Maesasura, dan Buta Cucuk
Sumber: M. Isa Pramana

Sura Denawa dapat pula disamakan dengan *Satwa Purusa* yaitu sosok berbentuk separuh hewan dan separuh manusia atau raksasa diwujudkan dengan visual berkepala hewan dan berbadan manusia. Sosok *Sura Denawa / Satwa Purusa* ini untuk menjelaskan perilaku manusia sebelum menganut ajaran agama. Hal itu dimaknai bahwa manusia tingkah lakunya seperti hewan, yaitu walaupun memiliki tubuh besar namun belum memiliki ilmu pengetahuan atau akal dan pikiran, sehingga hanya mampu mengandalkan kelebihan fisiknya saja seperti hewan (Hasyim, 2011).



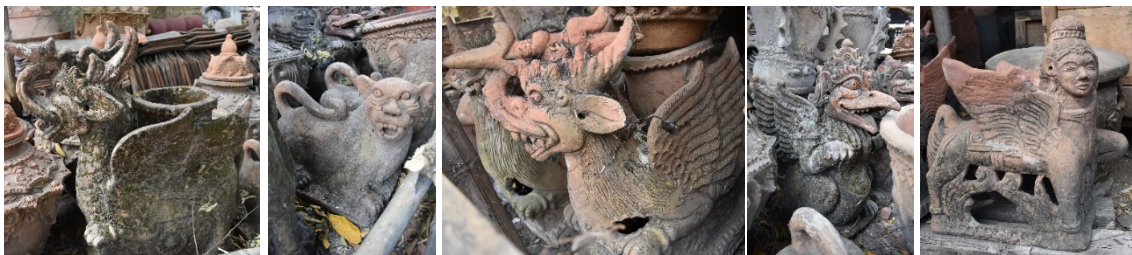
Gambar 2. Tokoh Garuda/ Manuk Beri
Sumber: M. Isa Pramana dan Haryadi Suadi



Gambar 3. Tokoh wayang: (berurutan dari kiri) Hyang Baruna, Antaboga, Ardawalika dan Wilotama
Sumber: M. Isa Pramana

Produk Gerabah dan Elemen Visual Mitologi Cirebon

Para pengrajin gerabah Sitiwinangun memiliki spesialisasi masing-masing dalam membuat produk gerabah. Secara keseluruhan produk kerajinan gerabah Sitiwinangun dapat dibagi kedalam empat kelompok yaitu: gerabah pakai/fungsional, gerabah ritual keagamaan, gerabah simbolis, dan gerabah estetis (hias). Gerabah pakai/fungsional merupakan gerabah yang digunakan untuk kebutuhan sehari-hari seperti *pendil*, *paso*, *kuali*, *gosang*, celengan, dan lain-lain. Jenis gerabah ini umumnya memiliki bentuk yang sederhana, lebih mengutamakan fungsi, tidak menggunakan hiasan atau dekorasi, dan teksturnya cenderung kasar dengan *finishing* yang tidak terlalu detail. Namun ada juga beberapa produk gerabah pakai yang menggunakan ragam hias *mega mendung*, *sulur*, *wadasan*, dan lain-lain sebagai dekorasinya. Produk kerajinan gerabah Sitiwinangun untuk keperluan ritual keagamaan antara lain *momolo* dan *padasan*. Kedua produk ini biasanya dibuat dengan kompleksitas bentuk yang tinggi serta dilengkapi dengan ornamen rumit dan dinamis sehingga memerlukan tingkat keterampilan yang sangat tinggi dalam membuatnya. Selain itu produk gerabah simbolis yang terdapat di Sitiwinangun berupa patung-patung berwujud makhluk mitologi Cirebon. Produk kerajinan gerabah Sitiwinangun estetis/hias dibuat untuk tujuan keindahan atau dekoratif. Produknya seperti vas, *jambangan*, topeng, hiasan dinding dan atap, dan lainnya yang secara visual lebih menarik dengan bentuk dan motif yang khas dari gerabah Sitiwinangun. (Yana dkk., 2020). Selain diterapkan dalam bentuk motif batik, ukiran kayu, dan produk lainnya, beberapa visual makhluk mitologi Cirebon banyak juga ditemukan dalam produk kerajinan gerabah Sitiwinangun dalam bentuk patung seperti adalah Paksi Naga Liman, Macan Ali, Singa Barong, Burok, Jatayu, Garuda Mungkur, Gajah Mungkur, dan lain-lain (Pandanwangi dkk., 2021; Yana dkk., 2020).










Gambar 4. Patung gerabah makhluk mitologi Cirebon: (ki-ka) Paksi Naga Liman, Macan Ali, Singa Barong, Jatayu, Burok
Sumber: Tim Penulis

Jika dilihat dari sisi bentuk, gaya, dan teknik, secara umum patung mitologi gerabah Sitiwinangun dikategorikan bergaya klasik dan dekoratif dengan bentuk mitologi dalam wujud burung, naga, gajah, dan macan dalam ukuran besar (panjang dan lebar diatas 50 cm berat lebih dari 10 kg). Pada proses pembuatannya patung ini menggunakan teknik *handbuilding* pada pembentukannya dengan dekorasi menggunakan teknik toreh dan tempel tanpa pewarnaan (*natural*), dan pembakarannya pada suhu rendah di bawah 1000°C (Yana & Rachmadi, 2019). Semua produk termasuk produk kerajinan gerabah Sitiwinangun memiliki

elemen visual berupa bentuk, bahan, warna, dan pola/ ornamen (Yi dkk., 2022). Dengan demikian elemen visual patung mitologi Cirebon dilihat dari aspek bentuk, fungsi, bahan, warna, dan pola/ ornamen adalah sebagai berikut (lihat Tabel 1).

Tabel 1. Analisis Elemen Visual Patung Mitologi Cirebon

No	Jenis Patung	Bentuk	Fungsi	Bahan	Warna	Pola/Ornamen
1	Paksi Naga Liman	 Burung, Naga, Gajah	Dekorasi / Hiasan	Tanah Sitiwinangun (Earthenware)	Terakota (natural)	Megamendung
2	Macan Ali	 Macan	Dekorasi / Hiasan	Tanah Sitiwinangun (Earthenware)	Terakota (natural)	Polos
3	Singa Barong	 Singa	Dekorasi / Hiasan	Tanah Sitiwinangun (Earthenware)	Terakota (natural)	Polos
4	Burok	 Burung, kuda, manusia	Dekorasi / Hiasan	Tanah Sitiwinangun (Earthenware)	Terakota (natural)	Megamendung
5	Jatayu	 Burung	Dekorasi / Hiasan	Tanah Sitiwinangun (Earthenware)	Terakota (natural)	Megamendung
6	Garuda Mungkur	 Burung, manusia	Dekorasi / Hiasan	Tanah Sitiwinangun (Earthenware)	Terakota (natural)	Megamendung

No	Jenis Patung	Bentuk	Fungsi	Bahan	Warna	Pola/Ornamen
7	Gajah Mungkur	 Gajah	Dekorasi / Hiasan	Tanah Sitiwinangun (Earthenware)	Terakota (natural)	Polos

Sumber: Tim Penulis

Perancangan Produk Kerajinan Gerabah Sitiwinangun

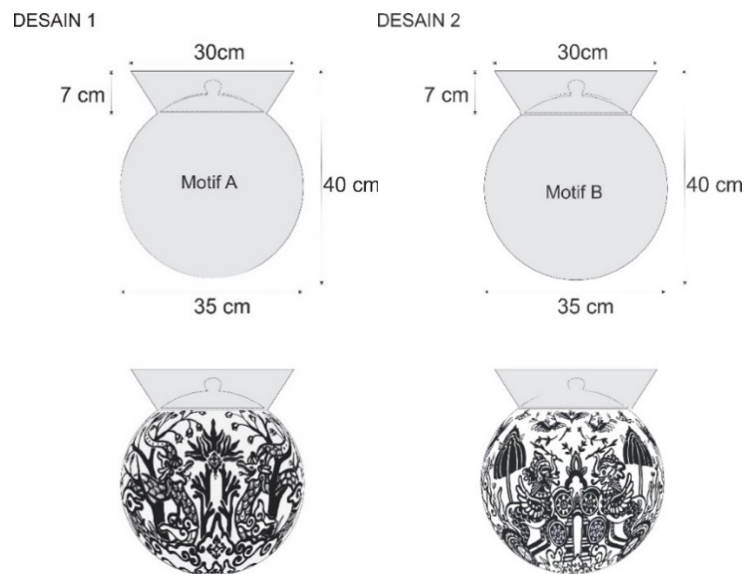
Pada masyarakat modern, produk kerajinan seperti gerabah banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan praktis tanpa dibebani batasan tradisi dan filosofi (Nizam & Wicaksono, 2018). Dengan demikian potensi pengembangan bentuk-bentuk produk gerabah yang lebih modern dengan sentuhan ragam hias khas Cirebon menjadi sangat terbuka. Cirebon memiliki beragam kekayaan budaya yang unik, termasuk makhluk mitologi yang sudah ada dalam kehidupan masyarakat Cirebon sejak zaman kerajaan Hindu, Buddha, dan Islam. Penggalan potensi tradisi dan kearifan lokal khususnya tema mitologi Cirebon yang kuat dengan nilai dan makna budaya dapat diaplikasikan dalam proses perancangan produk gerabah interior. Pengembangan desain dilakukan agar produk gerabah pengrajin tidak monoton, memiliki diversifikasi bentuk serta mampu meningkatkan mutu produk agar mampu memperluas pasar sehingga meningkatkan ekonomi masyarakat (Suharson & Putro, 2017). Hal ini diharapkan mampu meningkatkan apresiasi terhadap sumber-sumber kebudayaan dan tradisi, pengembangan keilmuan, diversifikasi produk, serta peningkatan taraf hidup dan perekonomian masyarakat khususnya dari sektor gerabah.

Gerabah merupakan salah satu objek yang memiliki peran penting dalam membuat komposisi yang indah sebagai dekorasi interior dengan permainan kontras warna maupun tekstur satu sama lain yang menarik sehingga memberi kehidupan pada seluruh ruangan (French, 1925) Perkembangan pasar keramik/ gerabah membutuhkan diversifikasi produk dengan desain-desain produk gerabah yang tidak hanya berbentuk silindris karena konsumen menginginkan adanya sentuhan produk yang kreatif dan inovatif (Suharson & Putro, 2017). Pengembangan produk gerabah Cirebon dalam interior dapat dilakukan dengan penerapan elemen visual bentuk makhluk mitologi Cirebon. Pengembangan bentuk, warna, dan ukuran, ornamen tradisional, dan berbagai teknik penerapannya diharapkan dapat menambah daya tarik produk. Produk *local genius* dapat menarik minat turis asing maupun lokal untuk berkunjung ke daerah tersebut. Hal itu menjadi daya tarik sekaligus merupakan upaya konservasi dan revitalisasi budaya Cirebon. Revitalisasi juga termasuk proses kreativitas, karena ada usaha untuk memperbaharui penampilan (Mesra dkk., 2022).

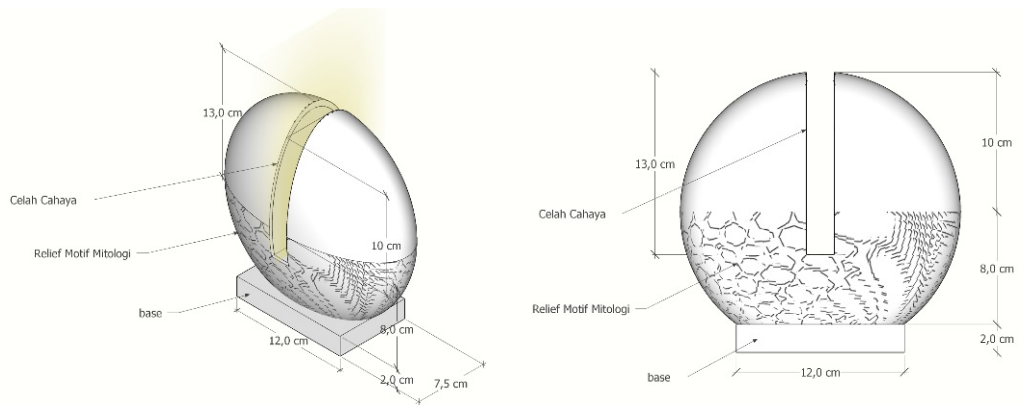
Perancangan produk gerabah interior dimulai dengan studi bentuk dan dimensi terhadap produk interior (Laba dkk., 2022). Fenomena masyarakat modern saat ini terkait keterbatasan lahan dan meningkatnya kebutuhan akan tempat tinggal (Bahri, 2005), maka masyarakat

cenderung untuk memilih tinggal di hunian yang tidak terlalu besar seperti rumah susun, apartemen atau perumahan dengan rumah tipe sedang dengan harga yang relatif terjangkau membuat pengembangan produk dan diversifikasi aksesoris interior dapat dioptimalkan (Primadani dkk., 2022). Berdasarkan fenomena tersebut jenis produk interior yang diminati yaitu yang berukuran tidak terlalu besar. Produk yang dapat diletakkan di atas meja, rak, atau lantai sebagai elemen dekorasi atau fungsional seperti lampu menjadi jenis produk yang potensial untuk dikembangkan.

Dekorasi *vessel* dan lampu merupakan produk interior yang memiliki potensi besar dalam pengembangan penerapan elemen visual bentuk mitologi Cirebon pada kerajinan gerabah sehingga dibuatlah beberapa alternatif desain sebelum akhirnya ditentukan desain final bentuk produk dan visual mitologinya yang dibuat oleh para pengrajin gerabah Cirebon. Beberapa diantaranya berukuran sedang agar dapat difungsikan sebagai dekorasi atau lampu di atas meja. Pemilihan elemen visual bentuk mitologi Cirebon yang diaplikasikan pada produk gerabah Interior mengacu pada analisis elemen visual patung mitologi Cirebon pada Tabel 1 yang dilihat dari sisi bentuknya dapat menerapkan sebagian atau keseluruhan bentuk makhluk mitologi Cirebon. Bentuk tersebut diterapkan pada bagian permukaan produk dengan mempertimbangkan komposisi dan proporsi terhadap bentuk produk interior.



Gambar 5. Desain dekorasi vessel dengan elemen visual mitologi Cirebon
Sumber: Tim Penulis



Gambar 6. Desain dekorasi lampu dengan elemen visual mitologi Cirebon
Sumber: Tim Penulis

Produk Kerajinan Gerabah Sitiwinangun untuk Interior

Kemampuan para pengrajin gerabah Sitiwinangun dalam membentuk tanah liat menjadi produk gerabah sudah diakui sejak lama (Gultom & Tamara, 2022). Penguasaan visual ragam hias termasuk bentuk makhluk mitologi Cirebon diwariskan para pengrajin gerabah Sitiwinangun secara turun temurun. Sehingga tidak memerlukan waktu lama bagi para pengrajin untuk dapat menerjemahkan desain produk gerabah interior dengan elemen bentuk makhluk mitologi Cirebon sebagai dekorasinya.

Dari beberapa alternatif desain produk gerabah interior yang dibuat, dipilihlah lampu meja dengan elemen visual makhluk mitologi Cirebon yang diberikan kepada pengrajin untuk diproduksi. Pada pencahayaan buatan seperti lampu meja, terdapat aspek fungsional dan aspek estetika. Aspek fungsional adalah peran pencahayaan sebagai penerang ruangan, sedangkan aspek estetika adalah bentuk, gaya, bahasa rupa, simbol dan faktor komunikatif dari pencahayaan tersebut. Aspek estetika pada pencahayaan buatan akan memberi kesan yang dirasakan oleh pengguna setelah melakukan aktivitas dalam sebuah ruangan dengan pencahayaan buatan di dalamnya (Savitri, 2007). Mengadaptasi bentuk produk gerabah yang sudah ada menjadi bentuk baru yang lebih modern untuk produk lampu meja membuka pandangan baru bagi para pengrajin untuk dapat mengembangkan produk gerabah Sitiwinangun agar lebih beragam. Bentuk detail relief dan wujud tiga dimensional visual bentuk mitologi Cirebon pada dekorasi dapat dinikmati baik saat lampu padam maupun saat dinyalakan. Efek bayangan yang timbul dari elemen dekorasi saat lampu dinyalakan memberikan kesan dramatis yang mampu memperkuat karakter makhluk mitologi Cirebon yang diaplikasikan pada produk gerabah interior (Gambar 7 dan Gambar 8).



Gambar 7. Produk gerabah dekorasi lampu dengan elemen visual mitologi Cirebon
Sumber: Tim Penulis



Gambar 8. Produk gerabah dekorasi lampu meja dengan elemen visual mitologi Cirebon
Sumber: Tim Penulis

PENUTUP

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan antara lain:

1. Berbagai karakter visual mitologi Cirebon seperti wujud burung, naga, dan gajah dapat dijadikan sebagai referensi bentuk atau dekorasi pada desain produk gerabah interior berukuran sedang seperti lampu meja.
2. Beberapa rancangan produk gerabah interior dengan menerapkan elemen visual mitologi Cirebon dapat menjadi diversifikasi bentuk produk dan dapat digunakan sebagai rekomendasi alternatif pengembangan desain produk gerabah bagi para pengrajin gerabah Sitiwinangun ke depannya.

Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai salah satu usaha nyata untuk meningkatkan kualitas desain produk gerabah Sitiwinangun yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat pengrajin sekaligus peningkatan eksistensi budaya dan kearifan lokal di masyarakat. Penggalan potensi tradisi dan kearifan lokal khususnya tema mitologi Cirebon yang kuat dengan nilai dan makna budaya dapat diaplikasikan dalam proses perancangan produk gerabah interior. Hal ini diharapkan sebagai jembatan kemitraan antara akademisi dengan pelaku industri dan pemerintah daerah Kabupaten Cirebon dalam rangka peningkatan apresiasi terhadap tradisi lokal,

pengembangan keilmuan, diversifikasi produk, serta peningkatan taraf hidup dan perekonomian masyarakat khususnya dari sektor gerabah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan dukungan fasilitas dari Program Studi Kriya FSRD ITB, Kelompok Keahlian Kriya dan Tradisi FSRD ITB, dan Perangkat Desa Sitiwinangun. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan pada lembaga tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, P. R. (1982). *Cirebon - Sejarah* (1 ed., Vol. 1). Sinar Harapan
- Adisasmito, N. D. H. S. (2010). Wayang Kulit Cirebon Estetika dan Konsep Visual
- Al-Fazri, I., & Hajam. (2019). Kesenian Brai, warisan budaya leluhur Cirebon. *Jurnal Yaqzhan: Analisis Filsafat, Agama dan Kemanusiaan*, 5(2). <https://doi.org/10.24235/jy.v5i2.5709>
- Almantara, H. A., Nansha, H., & Yana, D. (2020). Penataan workshop berbasis budaya lokal sebagai penguatan desa wisata Sitiwinangun Prosiding ISBI Bandung.
- Almantara, H. A., Yana, D., & Nansha, H. (2022). Penataan Workshop Gerabah Sitiwinangun Kabupaten Cirebon sebagai Upaya Peningkatan Produktivitas Perajin Lokal (Organizing of Sitiwinangun Cirebon Regency Pottery Workshop as an Effort to Increase the Productivity of Local Craftsmen). *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik* Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik,
- Bahri, S. (2005). Rumah susun sebagai bentuk budaya bermukim masyarakat modern. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 6(3), 97-102.
- Balsas, C. J. L. (2018). Entrepreneurial Urban Revitalization In *Entrepreneurship and the Industry Life Cycle* (pp. 329-340). https://doi.org/10.1007/978-3-319-89336-5_15
- Bland, C. A., Roberts, A. L., Popelka-Filcoff, R. S., & Santoro, C. M. (2017). Early vitrification stages identified in prehistoric earthenware ceramics from northern Chile via SEM. *Journal of Archaeological Science: Reports*, 16, 309-315. <https://doi.org/10.1016/j.jasrep.2017.09.011>
- Candy, L. (2006). *Practice based research: A guide* (Creativity and Cognition Studies, Issue. <https://www.creativityandcognition.com/wp-content/uploads/2011/04/PBR-Guide-1.1-2006.pdf>
- Chamidah, N., Guntoro, B., & Sulastrri, E. (2020). Marketing Communication and Synergy of Pentahelix Strategy on Satisfaction and Sustainable Tourism. *Journal of Asian Finance Economics and Business*, 7(3), 177-190. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no3.177>
- D'Ercole, G., Garcea, E. A. A., Eramo, G., & Maria, M. I. (2017). Variability and continuity of ceramic manufacturing of prehistoric pottery from Upper Nubia, Sudan: An ethnographic comparison. *Journal of Archaeological Science Reports*, 16. <https://doi.org/10.1016/j.jasrep.2017.04.012>
- Effendi, I. Z. (2023). Simbol multikulturalisme pada imaji hibrid paksi naga liman Keraton Kanoman Cirebon. *Jurnal Seni Rupa Warna*, 11(1), 1-24. <https://doi.org/10.36806/jsrw.v11i1.167>

- French, M. M. (1925). Uses of ceramics in interior decorating: an interview with Lionel Robertson of Tobey Furniture Co. *Journal of the American Ceramic Society*, 8(9), 415-418. <https://doi.org/10.1111/j.1151-2916.1925.tb16781.x>
- Gultom, P., & Tamara, P. (2022). Analisis teknologi dalam industri kecil kerajinan gerabah. *Industri Inovatif*, 12(2), 127-133. <https://doi.org/10.36040/industri.v12i2.4553>
- Hasbunallah, A. (2019). Nilai historis-sosiologis Bendera Macan Ali dan Dunia Mistik Masyarakat Cirebon (memaknai ulang Konsep Islam Kejawen). *Jurnal Tamaddun: Jurnal Sejarah Dan Kebudayaan Islam*, 7(2), 348-361. <https://doi.org/10.24235/tamaddun.v7i2.5502>
- Hasyim, R. S. (2011). *seni tatah dan sungging wayang kulit cirebon : pengantar reka visual dan makna simbolik / rafan s hasyim*. Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olah Raga.
- Hendriyana, H. (2022). *Metodoe penelitian penciptaan karya practice-led research and practice-based research seni rupa, kriya dan desain* (Revisi ed.). Penerbit Andi.
- Ho, D., & Hou, H. (2019). Enabling sustainable built heritage revitalisation from a social and technical perspective: A case study. *Facilities*, 37(11/12), 704-722. <https://doi.org/10.1108/F-05-2017-0055>
- Irawati, D. R., Hakim, A., & Rokoyah, K. (2022). Sistem Aplikasi Pengenalan Sejarah Dan Kebudayaan Cirebon Berbasis Web. *Journal of Artificial Intelligence and Innovative Applications (JOAIIA)*, 3(2), 152-156.
- Iryana, W., Mustofa, M. B., & Anwar, M. S. (2023). Budaya Bendawi Pra Islam di Keraton Cirebon Indonesia. *Bulletin of Indonesian Islamic Studies*, 2(1), 19-38. <https://doi.org/10.51214/biis.v2i1.503>
- Jb., M. C. (2015). Spiritualitas Islam dalam budaya wayang kulit masyarakat Jawa dan Sunda. *Jurnal Sosiologi Agama*, 9(1), 38-61. <https://doi.org/10.14421/jsa.2015.091-03>
- Kelsey, D. (2016). Hero Mythology and Right-Wing Populism. A discourse-mythological case study of Nigel Farage in the Mail Online. *Journalism Studies*, 17(8), 971-988. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1023571>
- Koesoemadinata, M. I. P. (2013). Wayang Kulit Cirebon: Warisan Diplomas Seni Budaya Nusantara. *ITB Journal of Visual Art and Design*, 4(2), 142-154. <https://doi.org/10.5614/itbj.vad.2013.4.2.6>
- Kriegesmann, J., & Kratz, N. (2015). Definition, Systematik und Geschichte der Keramik: Einteilung der Keramik nach werkstoffspezifischen Gesichtspunkten (Definition, Classification and History of Ceramics: Material-Specific Aspects). *Keramische Zeitschrift*, 67(4), 227-230. <https://doi.org/10.1007/BF03400377>
- Laba, I. N., Suardina, I. N., & Karuni, N. K. (2022). Reaktualisasi Motif Ornamen Peninggalan Puri Agung Karangasem Dalam Penciptaan Tegel Gerabah. Seminar Bali-Dwipantara Waskita,
- Li, B., Hu, W. P., & Li, L. Q. (2012). Application of Glass-Ceramic in Interior Design. *Advanced Materials Research*, 627, 655-658. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMR.627.655>
- Mesra, M., Kartono, G., & Ibrahim, A. (2022). Penerapan ornamel tradisional Sumatera Utara pada toples makanan sebagai sarana revitalisasi. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(1). <https://doi.org/10.24114/gr.v11i1.33639>
- Murwanti, A. (2017). *Pendekatan practice-led research sebuah upaya fundamental untuk mengatasi ketimpangan antara praktik penciptaan seni rupa dan publikasi akademik di Indonesia* Seminar Nasional Seni dan Desain: "Membangun Tradisi Inovasi Melalui Riset Berbasis Praktik Seni dan Desain"

- Ngan, H. N., & Minh, N. T. (2021, 20 September 2021). The applicability of ceramic tiles in the contemporary interior – Exterior design in Ho Chi Minh City, Vietnam.
- Nizam, A., & Wicaksono, A. (2018). Strategi perancangan: Ragam hias sulur Gelung Padmamūla pada produk kriya dan aplikasinya. Indonesia Kriya Festival 2018, Yogyakarta.
- Pandanwangi, A., Effendi, I. a., Dewi, B. S., Aryani, D. I., leonardo, L., & Sasmito, B. (2021). *Menguak sosok mitologi di Keraton Kanoman Cirebon dan Keraton Yogyakarta*. Yayasan Lembaga Gumun Indonesia.
- Perasutiyo, I., Muchyidin, A., & Nursupriana, I. (2022). Golden Ratio and the Meaning of the Wayang Kulit Gunungan Philosophy. *Journal of Mathematics Instruction, Social Research and Opinion*, 1(1), 41-53. <https://doi.org/10.58421/misro.v1i1.10>
- Primadani, T. I. W., Putra, W. W., Kurniawan, B. K., & Wardhana, M. (2022). Pengembangan kombinasi produk keramik dan bambu sebagai dekorasi interior modern. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 5(2), 49-58. <https://doi.org/10.24821/productum.v5i2.7449>
- Rozi, B., & Misbah, A. (2022). Sejarah Kesultanan Cirebon dan Problematikanya Tahun 1677-1752. *Batuthah: Jurnal Sejarah Peradaban Islam*, 1(1), 21-39.
- Rud, J. P., Devoto, A., G.A.J., H., Inggis, I., C.J.G., B., Victoria M. Clara van Groenendael, Prayitna, K. W., Headley, S. C., Maijer L. Th., M., Poensen, C., H., R. W., Purjadi, K., Grami, K., Purjadi, K., Arja, K., Bima, R., Raharja, S., Cohen, M. I., Riantiarno, N., Wicaksono, N. A., Noszlopy, L., & Lis, M. (2020). *Buku Pintar Kreativitas pada Masa Perubahan Iklim : Wayang Sebagai Media Ekologi*. Kunci Copy Station. <http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/7159>
- Rust, C., Mottram, J., & Till, J. (2007). *Review of practice-led research in art, design & architecture*. <https://shura.shu.ac.uk/7596/1/Pactice-ledReviewNov07.pdf>
- Saptono, H., Dinartisti, P., Sidhi, I. P., Burhan, I. W., & Kustiasih, R. (2013). *Warisan budaya wangsa Cerbon-Dermayu*. Bentara Budaya Jakarta.
- Savitri, M. A. (2007). Peran Pencahayaan Buatan dalam Pembentukan Suasana dan Citra Ruang Komersial Studi kasus pada Interior Beberapa Restoran Tematik di Bandung). *Ambiance*, 1(1). <http://repository.maranatha.edu/id/eprint/592>
- Suharson, A., & Putro, I. B. M. (2017). Diversifikasi Desain Dan Peningkatan Kualitas Produk Gerabah Panjangrejo Pundong Bantul Dengan Teknik Modern Finishing. *Jurnal Riset Daerah Bantul*, 16(1).
- Tsepkal, T. O. (2016). Lunar imagery and traditional mythology in I. Kalynets' Poetry. *Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 8(3). <https://doi.org/10.21659/rupekatha.v8n3.24>
- Widayanti, R. E., Hamali, S., & Maulana, S. (2018). Upaya peningkatan kinerja usaha kecil. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5(3), 213-221. <https://doi.org/10.31294/par.v5i3.4440>
- Yana, D., Dienaputra, R. D., Suryadimulya, A. S., & Sunarya, Y. Y. (2020). Budaya Tradisi sebagai Identitas dan Basis Pengembangan Keramik Sitiwinangun di Kabupaten Cirebon. *Jurnal Panggung*, 30(2). <https://doi.org/10.26742/panggung.v30i2.1045>
- Yana, D., Dienaputra, R. D., Suryadimulya, A. S., Sunarya, Y. Y., & Julia, J. (2022). Adaptation of Local Traditions in Revitalizing the Plered Ceramic Craft Center, West Java, Indonesia. *International Journal of Design Management & Professional Practice*, 16(2). <https://doi.org/10.18848/2325-162X/CGP/v16i02/1-21>
- Yana, D., & Rachmadi, G. (2019). The Aesthetic Transformation of Traditional Ceramic Sculpture as the Empowerment of Desa Wisata Gerabah Sitiwinangun in Cirebon.

- Yi, J. H., Kang, W., Kim, S.-E., Park, D., & Hong, J.-H. (2021). Smart culture lens: An application that analyzes the visual elements of ceramics. *IEEE Access*, *9*, 42868-42883. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3065407>
- Yi, J. H., Lee, H., & Kim, S. (2022). An analysis of the appearance characteristics of Korean ceramics per era through statistical analysis of metadata annotated with a visual element classification system of ceramics. *Heritage Science*, *10*. <https://doi.org/10.1186/s40494-022-00684-8>
- Ying, C. (2014). Study on the suggestibility of visual element in educational game design — Intellectual theme game of ceramic culture taking as an example. 9th International Conference on Computer Science & Education, Vancouver, BC, Canada.
- Yulianto, D. A., Syakir, S., & Sugiarto, E. (2022). Gunungan Wayang Kulit Purwa: A Study of Aesthetic Form, Philosophy, and Utilization in Implementing Educational Values. *Catharsis: Journal of Arts Education*, *11*(2), 208-217. <https://doi.org/10.15294/catharsis.v11i2.62294>

This page is intentionally left blank.