

## Komodifikasi Cerita Rakyat Pada Media Perangko Indonesia

Nova Kristiana

Jurusan Desain, Modern School of Design Yogyakarta

Alamat korespondensi: Kampus II MSD Jalan Kolonel Sugiono 77 Yogyakarta 551515,  
telepon (0274)419147, 085643209153, e-mail: christianninanova\_83@yahoo.com

### *Abstract*

*The Comodification of Folktale on Stamps in Indonesia. The modification of folktales on stamps can generate a negotiation between the local culture and the cultural-political interest that benefits the government. Stamp does not only function as a payment device in correspondence or merely to be collected. Moreover, stamp is a site full with the complexity of meanings, messages, and interests. A long series of story is condensed by presenting only the essence of the story and the main meaning. That is why it is hoped that the stamp design simply illustrates the key scene. For PT Pos, it is really hoped that the publishing of the folktales stamps did not stop in 2005, but it can be continued by introducing stories from various regions.*

**Keywords:** Perangko, filateli, folk stamp.

### **I. Pendahuluan**

Perangko adalah secarik kertas kecil bergambar unik yang diletakkan di pojok kanan amplop sebuah surat. Selain berfungsi sebagai alat pelunasan biaya pos, perangko juga berfungsi sebagai penanda sejarah dan identitas sebuah negara. Dengan desain yang unik dan menarik, perangko mampu memberikan aspek edukatif dan bisnis tersendiri (Moeljoto, 1984: 45). Para filatelis sebagai pengumpul dan pemerhati perangko dapat menambah wawasan dengan mempelajari desain dan tulisan yang tertuang di dalam perangko.

Menimbang perjalanan historisnya, perangko tidak bisa semata-mata dibicarakan dari aspek bisnis maupun komunikasi kultural, karena dari visualisasi yang ditampilkan bisa dilacak bermacam-macam jalinan kepentingan sosial, ekonomi, politik, serta budaya yang berada di dalam dan mempengaruhinya. Mekanisme komodifikasi yang dilakukan bertalian dengan peringkasan ruang dan visualisasi dalam perangko seri cerita rakyat dapat menimbulkan problematika tersendiri, di antaranya adalah keragaman

makna yang termuat di dalam cerita rakyat tertentu menjadi terkikis atau bahkan hilang. Cerita rakyat bukan sekedar rangkaian tanda visual yang dimuat di dalam perangko. Lebih dari itu, cerita rakyat merupakan tempat berlangsung kompleksitas permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dan bukan sekedar adegan-adegan visual yang mengedepankan oposisi biner antara baik – buruk. Namun demikian, pilihan untuk sekedar menampilkan visualisasi adegan utama lebih didasari mekanisme peringkasan yang menjadi inti komodifikasi. Hal ini sejalan dengan tujuannya, yaitu untuk menyempitkan makna. Dengan demikian pesan kultural utama terkait kearifan tetap muncul dalam perangko meskipun mungkin pesan-pesan lain yang lebih beragam tidak dapat ditampilkan.

Mengkaji proses komodifikasi seri cerita rakyat dalam perangko Indonesia serta proses penyempitan makna dan kepentingan di balik proses tersebut sangat menarik untuk dilakukan. Pertimbangan itulah yang mendasari penelitian ini. Perangko Indonesia seri cerita rakyat diposisikan sebagai tanda-tanda visual yang kehadirannya dipengaruhi proses komodifikasi. Prosesnya yang bernuansa peringkasan cerita dan keragaman makna kultural di dalamnya menjadikan kajian ini dipandang penting. Penting karena komodifikasi tersebut perlu dikaji secara kritis sehingga bisa ditemukan proses pengikisan elemen-elemen visual cerita yang sedemikian kaya dan makna yang beragam. Selain itu, di balik proses tersebut, perlu dibaca pula kepentingan sosial – ekonomis – politis – kultural yang turut bergayut dalam penerbitannya.

Berdasarkan fenomena sebagaimana diuraikan di atas, penelitian ini mengenai perangko Indonesia dalam lingkup yang terbatas, yaitu menunjuk pembuatan pada tahun 1998. Tahun 1998 dipilih karena sekitar tahun tersebut kondisi sosial, politik, dan ekonomi masyarakat Indonesia sedang mengalami berbagai goncangan yang dimungkinkan turut mempengaruhi kehadiran perangko pada saat itu. Permasalahan utama dalam kajian ini adalah bagaimana proses komodifikasi cerita rakyat di dalam perangko dan apakah tujuan pengomodifikasiannya.

## II. Pembahasan

Perangko cerita rakyat dibuat berdasarkan ide yang berasal dari surat-surat yang ditujukan kepada pemerintah baik itu melalui Direktorat Jenderal

Pos dan Telekomunikasi (Dirjen Postel) Indonesia, kelompok filatelis, maupun melalui Pos Indonesia. Dari hasil analisis, pengamatan, dan masukan tim tersebut maka diputuskanlah bahwa cerita rakyat diterbitkan secara serial yang mewakili 33 propinsi di tanah air.

Proses pembuatan perangko seri cerita rakyat dilakukan melalui beberapa tahap. Paling awal dilakukan adalah PT Pos Indonesia membentuk Kelompok Kerja Nasional Perperangkoan. Kelompok ini mengajukan permohonan yang ditujukan ke Dirjen Postel Indonesia, dan Dirjen Postel Indonesia membuat Surat Keputusan (SK) Penerbitan Perangko yang diterbitkan paling lambat setahun sebelum hari terbit. Setelah SK diterbitkan, maka PT Pos Indonesia melakukan pencarian data dan berkonsultasi dengan para ahli atau pakar terkait, dalam hal ini adalah para budayawan dan sastrawan yang dipilih serta didudukkan sebagai narasumber. Tahap selanjutnya adalah menghubungi dan memberikan gambaran mengenai rencana ini kepada desainer. Desainer membuat draft desain dengan terus berkonsultasi kepada pihak PT Pos Indonesia. Pembuatan draft tidak lepas dari kelangsungan pembicaraan dan konsultasi berulang-ulang dengan para budayawan dan sastrawan yang terkait yang dipilih sebagai narasumber.

Setelah draft desain final sudah selesai dikerjakan, maka dilakukan persetujuan dan pengesahan oleh Direksi PT Pos Indonesia, kemudian diteruskan kepada Dirjen Postel Indonesia. Dengan berpegang pada legalitas yang telah diperoleh dari berbagai pihak, maka dilakukan pembuatan *artwork* oleh yang berwenang, yaitu desainer. Tahap selanjutnya adalah penyerahan *artwork* dan permintaan untuk mencetaknya kepada Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI). PERURI selanjutnya membuat contoh utama cetak yang disampaikan dan disetujui oleh Dirjen Pos Indonesia dan Dirjen Postel Indonesia. Setelah tahap ini dilalui, PERURI mencetak secara massal dan PT Pos Indonesia mendistribusikannya ke seluruh Indonesia.

Perangko seri cerita rakyat tahun 1998 dibuat oleh desainer yang bernama Ahmad Thoriq (salah seorang alumni Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung). PT Pos Indonesia sejak tahun 1998 – 2001 menggunakan jasanya untuk mendesain perangko seri cerita rakyat. Perangko seri cerita rakyat tahun 1998 ini termasuk jenis perangko istimewa. Di dalam bentuknya yang relatif kecil dan terbatas, masing-masing dimuati cerita Malinkundang,



Gambar 1. Perangko Serial Malinkundang

atau Sangkuriang, atau Roro Jonggrang, atau Tengger. Perangko tersebut diterbitkan pada tanggal 2 Februari 1998 dengan nominal harga Rp. 300,- x 20 perangko. Setiap panel perangko berukuran 41,06 x 25,31 mm, dicetak dengan teknik cetak *offset* dan *rotogravure* yang berhiaskan 6 warna.

Studi ini diarahkan pada komodifikasi cerita rakyat yang masih melekat dalam memori kolektif masyarakat lokal Indonesia. Pembahasannya tidak akan diarahkan pada proses dan nilai guna secara ekonomis, tetapi lebih pada proses pengomodifikasiannya melalui visualisasi cerita rakyat, sehingga bisa memunculkan penyempitan pesan dan makna yang disampaikan. Pembahasan berikutnya cenderung menitikberatkan pada analisis kritis mengenai bermacam-macam kepentingan yang turut menjadi muatan perangko tersebut seiring dengan kehadirannya.

Malinkundang adalah suatu cerita rakyat yang pertama kali diangkat untuk divisualisasikan. Cerita ini merupakan legenda yang berasal dari Sumatera Barat dan masih populer hingga saat ini. Popularitasnya tidak hanya di Sumatera Barat saja, tetapi jauh meluas sampai ke berbagai wilayah di Indonesia. Cerita Malinkundang merupakan cerita yang bermuatan ketegangan dan konflik yang menghadapkan pada sistem dan kuasa tradisi hasrat serta ekonomi – politik seseorang. Dari tahun ke tahun legenda tersebut diungkapkan dalam formula oposisi biner ‘hitam – putih’, yaitu bahwa keburukan/kejahatan akan mendapatkan hukuman dan kebaikan selalu menang melawan keburukan. Konstruksi semacam itu bisa memunculkan potensi politis ketika digunakan oleh rezim kuasa untuk meniadakan kemungkinan kritis dan resisten dari masyarakat, karena mereka selalu ditakuti akan mendapatkan balasan berupa tragedi. Lebih dari itu, kompleksitas pesan berupa perjuangan kelas (dari kelas proletar menjadi kelas pemodal/saudagar) menjadi hilang dan lebih menguntungkan bagi orang-orang yang sudah mapan di dalam masyarakat, karena merekalah yang berhak mendapatkan keutamaan secara sosio-kultural. Kekayaan pesan dan kompleksitas permasalahan cerita Malinkundang, melalui prinsip komodifikasi yang dilakukan dalam perangko cerita seri rakyat,

diringkas dan divisualisasikan kembali ke dalam formula hitam – putih dengan mengutamakan pesan-pesan yang sudah lazim berlaku di kalangan masyarakat. Studi ini menjelaskan bagaimana peringkasan dan penyempitan makna dan pesan dalam visualisasi perangko seri cerita rakyat Malinkundang.

Perangko seri cerita rakyat Malinkundang dituangkan ke dalam 5 panel. Dari rangkaian perangko tampak dengan jelas betapa kekayaan cerita dan kompleksitas sejumlah permasalahan yang dijumpai dalam mitos setempat mengalami proses peringkasan dan semata-mata hanya diambil inti cerita dengan makna utamanya, yaitu sebuah pengulangan formula biner antara kebaikan dan kejahatan atau kebenaran dan kebatilan. Prinsip komodifikasi, dengan demikian, telah mempengaruhi pemilihan cerita dan makna utama cerita serta mendorong bentuk-bentuk visual yang ditonjolkan. Berikut dijelaskan pembacaan terhadap visualisasi setiap panel.

Cerita rakyat Malinkundang menengahkan seorang anak laki-laki bernama Malin merasa kasihan terhadap ibunya yang membanting-tulang mencari nafkah untuk membesarkan dirinya. Malin memutuskan untuk pergi merantau agar dapat menjadi kaya-raja setelah kembali ke kampung halaman kelak. Makna utama yang disampaikan dalam panel ini adalah: 'seorang anak tengah meminta doa dan restu dari ibunya karena ia hendak pergi merantau, berlayar di lautan luas. Sang ibu mendoakan kepergiaan anaknya agar selamat dan berhasil'. Panel pertama terdiri dari tiga lapis latar, yaitu latar belakang, latar tengah, dan latar depan.

Ketiga lapis latar ini memperkenalkan dan mengawali suatu cerita. Latar belakang menggambarkan tempat cerita tersebut berlangsung, yaitu di tepi pantai. Tempat peristiwa berlangsung diperkuat dengan gambar kapal yang ditambat atau sedang berlabuh. Latar tengah berusaha memperkenalkan tokoh-tokoh yang digambarkan, asal tokoh tersebut, dan adegan yang dilakukan. Tokoh-tokoh yang diperkenalkan dapat dikenali secara visual melalui ciri-ciri anatomi tubuh, yaitu seorang perempuan (ibu) dan seorang pemuda. Asal para tokohnya dapat dikenali melalui beberapa atribut yang dipakai. Pertama adalah seorang perempuan (ibu) yang memakai kebaya panjang model tertentu yang disebut baju kurung dan mengenakan selendang sebagai kerudung kepala. Baju kurung dan penutup kepala merupakan pakaian yang dikenakan sehari-hari oleh kebanyakan perempuan Melayu – Minang, dalam hal ini

yang dimaksudkan adalah orang Padang Sumatera Barat. Gambar lain yang bersama perempuan tersebut adalah seorang pemuda yang tidak memakai baju. Pemuda yang tidak mengenakan baju mencerminkan kemiskinan. Adegan menggambarkan seorang pemuda setengah berjongkok memegang tangan kiri seorang perempuan (ibu) dan ibu setengah merunduk dengan tangan kanannya memegang kepala pemuda tersebut. Adegan ini menggambarkan seorang anak memohon doa dan restu kepada ibunya. Teknik pengambilan gambar pada latar belakang dan latar tengah adalah *eye level view* dengan ukuran gambar *medium shoot*. Teknik ini diharapkan dapat mendukung untuk melihat dan membaca (mencerna) peristiwa (Slamet Affandi, 2001).

Beberapa ilustrasi dalam satu panel tersebut disatukan atau diperjelas dengan tipografi 'Malinkundang', sehingga tokoh yang berada pada panel tersebut menggambarkan Malin dan ibunya. Jenis huruf 'Malinkundang' *Hobo Std* diletakkan di sebelah bawah sudut kanan berwarna putih disusun horisontal sejajar dengan angka 1998. Tipografi ini sebagai penunjuk seri perangko atau judul perangko. Selain 'Malinkundang', tipografi lainnya yaitu 'Republik Indonesia' berwarna kuning jenis Egyptian yang diletakkan di sebelah kanan disusun secara vertikal. 'Republik Indonesia' di sini menunjukkan identitas negara di tempat Perangko tersebut diterbitkan. Angka 1998 jenis huruf *Hobo Std* berwarna putih diletakkan di sudut bawah sebelah kanan sejajar dengan tipografi Malinkundang. Angka ini menunjukkan tahun penerbitan perangko. Angka 300 berwarna kuning termasuk jenis huruf *Script* ditata horisontal yang terletak di sebelah sudut kiri atas merupakan harga nominal perangko.

Tipografi yang dipilih dalam desain perangko seri cerita rakyat ini merupakan jenis *Sans Serif* atau tidak berkaki kait. Jenis huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi. Mengingat ilustrasi di belakangnya merupakan ilustrasi realis yang rumit, maka penggunaan tipografi tersebut akan sangat mudah dibaca. Selain pemilihan jenis tipografi, penempatan atau tata letak keempat tipografi ini berada di bagian tepi bidang perangko. Tata letak demikian dimaksudkan untuk memberikan ruang pada ilustrasi dan tipografi tidak menutupi atau tidak mengganggu visual ilustrasi (Berthold DH Sinaulan, 1994). Dengan demikian ilustrasi mudah dilihat dan diamati. Tipografi Malinkundang menunjukkan judul cerita rakyat dari Sumatera Barat

yang dikemas dan yang dituangkan ke dalam media perangko untuk dijual kepada khalayak atau massa.

Angka 1998 sebagai tahun penerbitan perangko merupakan tolok ukur usia perangko. Pencantuman angka tahun ini penting, terutama ketika perangko tertentu sudah tidak berfungsi sebagai bukti pelunasan jasa pengiriman pos. Tahun penerbitan ini penting bagi filatelis atau kolektor perangko yang menempatkannya sebagai benda seni pada waktu perangko tertentu tidak digunakan lagi sebagai tanda bukti pelunasan jasa pengiriman pos. Semakin tua usia perangko, maka harga pada umumnya di pasaran atau di kalangan kolektornya semakin tinggi (Slamet Affandi, 2001).

Dalam komodifikasi, setiap barang harus memiliki nilai tukar dengan tujuan utama mencari keuntungan. Nilai tukar dalam hal ini adalah nilai tukar ekstrinsik atau harga nominal sebuah perangko, yaitu Rp 300,00 (tiga ratus rupiah) pada waktu itu. Nilai nominal perangko ini akan berubah apabila sudah di tangan filatelis atau kolektor. Antara tahun penerbitan dan angka nominal terjadi hubungan pengidentifikasian, yaitu bahwa semakin tua tahun penerbitan sebuah perangko, maka angka nominal yang tertera di perangko semakin tidak berlaku. Hal ini dimaksudkan bahwa semakin tua usia perangko (yang ditunjukkan dengan tahun penerbitan), maka harga atau nilai tukar nominal akan semakin tinggi (Slamet Affandi, 2001).

Tipografi Republik Indonesia menunjukkan identitas negara di tempat perangko tersebut diterbitkan atau –dalam dunia kapitalis— pemerintah atau negara sebagai pemilik modal penerbit perangko. Dalam konteks ini, Negara/ pemerintah Indonesia memberi kewenangan kepada PT Pos untuk menerbitkan perangko sekaligus mendistribusikannya kepada masyarakat.

Komposisi antara tipografi dan ilustrasi disusun saling mendukung, tidak saling berebut perhatian. Hal pertama yang dilihat oleh khalayak adalah ilustrasi dengan teknik realis dan *close up*. Setelah itu baru tipografi sebagai penjelas identitas ilustrasi maupun perangko. Secara visual gambar ditata sedemikian rupa sesuai urutan waktu dan dalam satu panel terdapat rentang waktu yang dipadatkan. Di dalam satu panel terdapat tiga runtutan waktu cerita. Tiga runtutan waktu yang jika dibentangkan dalam bentuk cerita akan memakan waktu dan bait yang panjang pula. Penggunaan *insert* dengan *close up* wajah pada latar depan bukan merupakan perincian objek atau bidang



Gambar 2. Perangko Serial Sangkuriang

gambar namun merupakan waktu atau cerita lanjutan dari latar sebelumnya, sehingga setiap latar memiliki cerita sendiri secara berkelanjutan. Komposisi demikian juga digunakan dalam visualisasi cerita rakyat Sangkuriang (Jawa Barat), Roro Jonggrang (Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah), dan Tengger (Jawa Timur). Penggunaan komposisinya disesuaikan dengan kebutuhan peringkasan dan penekanan cerita.

Perpaduan antara latar belakang dan latar depan dalam satu panel tidak saling menutupi dalam komposisi *lay out*. Secara alur visual pengamat diajak melihat latar belakang yang terletak pada bagian kiri kemudian berlanjut ke latar depan yang terletak pada bagian kanan. Alur visual ini sesuai dengan arah baca huruf di Indonesia. Rentang waktu di dalam cerita yang divisualkan dengan latar belakang dan latar depan tidak memakan waktu lama. Dua adegan cerita yang berkelanjutan diletakkan dalam satu panel berguna untuk memampatkan ruang dan waktu.

Dari cerita yang sedemikian panjang diringkas ke dalam 5 panel. Kelima panel disusun secara berurutan sesuai dengan perjalanan waktu dan peristiwa. Pemilihan penggalan kisah yang divisualkan dalam bentuk panel menggambarkan peristiwa yang penting dan memiliki sarat makna dibandingkan dengan peristiwa-peristiwa lainnya. Peringkasan cerita maupun pemampatan makna disajikan sangat unik dalam visualisasi komik tradisional. Penyajian gambar seperti ini memudahkan untuk mengenali dan pesan yang terkandung di dalamnya lebih komunikatif. Peringkasan cerita yang dituangkan ke dalam 5 panel ini antara lain dengan mempertimbangkan biaya produksi. Dengan menekan biaya produksi diharapkan mendapat keuntungan yang relatif besar. Perangko cerita rakyat dengan nominal Rp. 300,- memang terkesan sangat murah. Namun dengan pembatasan jumlah eksemplar dan pembatasan waktu peredaran maka keuntungan yang didapat akan semakin besar. Sesuai dengan konsep komodifikasi, yaitu bahwa cerita rakyat dapat dijadikan komoditas atau barang yang memiliki nilai tukar dengan memanfaatkan media perangko yang pada akhirnya memiliki keuntungan nilai

tukar berupa nominal harga perangko.

Selain keuntungan nilai tukar berupa uang, di sisi yang lain pemerintah juga mendapatkan respon positif dari masyarakat terutama filatelis. Masyarakat pada umumnya dan para kolektor perangko khususnya, memandang bahwa pemerintah peduli terhadap kekayaan masyarakat dan mereka bisa menggali makna serta kearifan yang terkandung di dalam cerita rakyat tersebut. Dengan demikian terjadi hubungan timbal balik antara pemerintah dan masyarakat khususnya filatelis.

Analisis visual secara deskriptif memperlihatkan kompleksitas permasalahan dan kepentingan yang terjadi di balik bentuk visual. Kompleksitas tersebut terkait dengan (1) pilihan gambar komik sebagai visualisasi perangko dan fungsi mediasi dan negosiasi kekayaan budaya lokal, (2) komodifikasi dan kepentingan ekonomis, serta (3) komodifikasi dan kepentingan politis-kultural.

Komodifikasi berhubungan dengan proses transformasi barang dan jasa tertentu beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar (Moeljoto, 1984). Nilai tukar tersebut bukan hanya berupa uang sebagai harga nominal suatu perangko, tetapi sangat mungkin merupakan nilai tukar simbolik. Pandangan demikian sejalan dengan pemikiran Horkheimer dan Adorno yang mengembangkan diskusi tentang industri budaya sebagai sebutan untuk industrialisasi dan komersialisasi, yaitu bahwa budaya berada di bawah hubungan produksi kapitalis (Theodor W. Adorno, 1997). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa proses industrialisasi dari suatu budaya, dalam hal ini adalah sastra atau cerita rakyat yang diproduksi secara massal serta memiliki imperatif komersial, merupakan proses yang berlangsung sebagai bentuk industri budaya komodifikasi, standarisasi, serta masifikasi.

Ketika industri budaya menginkorporasi kekayaan budaya lokal dalam praktik komodifikasinya, maka produk-produk budaya, termasuk cerita rakyat diperlakukan sebagai sumber kreatif. Cerita rakyat sebagai produk budaya melalui suatu proses produksi dapat berubah menjadi komoditas. Karena cerita rakyat dianggap sebagai kekayaan budaya lokal yang terdapat dalam etnis tertentu di Indonesia serta masih menjadi memori kolektif, maka inkorporasi dan komodifikasi bisa dilakukan. Perangko menjadi media yang dipilih untuk menuangkan cerita-cerita rakyat yang masih dikenal oleh masyarakat. Meskipun

PT Pos adalah perusahaan pemerintah, tetapi perseroan ini juga hendak mencari keuntungan finansial dari perdagangan dan penggunaan perangko, baik untuk mengirim surat maupun sebagai benda yang dikoleksi. Standarisasi berarti menetapkan kriteria tertentu, dalam visualisasi cerita rakyat dengan pendekatan ilustrasi komik realis yang memudahkan gambar di dalam perangko tersebut mudah dicerna oleh khalayaknya. Adapun masifikasi dimengerti sebagai memproduksi berbagai hasil budaya dalam jumlah massal agar dapat meraih pangsa pasar seluas-luasnya. Perangko ini diproduksi secara masif dan dikonseptkan secara matang dengan bidikan pangsa pasar yang spesifik.

Komodifikasi bisa terjadi ketika nilai ekonomi berperan untuk sesuatu yang sebelumnya tidak dipertimbangkan dalam istilah ekonomi, misalnya, ide, keahlian, dan identitas budaya. Komodifikasi mengacu pada perluasan pasar untuk perdagangan yang sebelumnya merupakan cakupan non pasar, dan diperlakukan seolah-olah mereka sebagai komoditas yang diperdagangkan. Cerita rakyat yang dipasarkan melalui media perangko mempunyai target audiens yang lebih spesifik, yakni mereka yang menggunakan surat-menyurat sebagai sarana untuk komunikasi atau para kolektor.

Pengemasan cerita rakyat pada media perangko merupakan sebuah fase keberlanjutan visualisasi cerita rakyat. Tampilan gambar ilustrasi komik cerita rakyat menyiratkan keberlanjutan pengemasan kebudayaan yang berupa sastra lisan oleh media perangko. Sastra lisan dalam bentuk dongeng yang diceritakan membutuhkan waktu yang relatif lama. Di samping itu antara pendongeng dan yang menerima dongeng tentang memiliki imajinasi yang belum tentu sama.

Dalam penerbitan satu seri perangko memerlukan proses yang panjang dan melibatkan berbagai pihak. Oleh karenanya dapat dimengerti jika biaya yang dibutuhkan tidak sedikit apabila dibandingkan dengan nominal perangko. Biaya produksinya tidak sebanding dengan nilai jualnya. Namun demikian PT Pos tidak merasa rugi dalam memproduksi perangko karena pemerintah, pihak swasta, dan kolektor turut berperan di dalamnya. Dalam sistem kapitalis pemilik modal berhak mengatur sirkulasi perangko. Semakin besar oplah perangko, maka semakin rendah harganya, dan sebaliknya semakin sedikit oplah perangko, maka semakin mahal harganya. Naik atau turun harga perangko ditentukan oleh dua faktor ekonomi pada umumnya, yaitu persediaan barang (penawaran) dan minat pembeli (permintaan).

Masa peredaran perangko cerita rakyat kurang lebih hanya 2 tahun. Setelah rentang waktu 2 tahun dalam peredaran, perangko ini ditarik oleh PT Pos dan akan dimusnahkan. Pemusnahannya dimaksudkan untuk mengangkat harganya di kalangan filatelis. Pada saat itu perangko berubah fungsi dari pelunasan jasa pengiriman menjadi barang antik atau barang koleksi bagi para filatelis. Selain perubahan fungsi tersebut, di kalangan filatelis juga terjadi praktik kapitalisme, yaitu pemilik modal sebagai pemegang kunci utama menggunakan perangko sebagai komoditi yang memiliki nilai tukar untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Nilai-nilai yang ingin dihasilkan oleh para peserta pasar adalah nilai tukar dan bukan nilai pakai. Maksudnya, seseorang memproduksi atau membeli sesuatu bukan karena akan menggunakannya melainkan untuk dijual kembali dengan keuntungan setinggi mungkin (Jean Baudrillard, 2004).

Komodifikasi yang dibuat pada media perangko tidak hanya satu jenis, tetapi ada beberapa unsur yang mengalaminya. Pertama adalah komodifikasi isi (*content commodification*), yakni transformasi pesan agar pesan lebih mudah diterima oleh pasar (*marketable*). Kedua adalah komodifikasi khalayak (*audience commodification*), yakni perluasan jumlah khalayak yang diharapkan menggunakan perangko dan pesan cerita, tidak hanya pada filatelis dalam negeri, tetapi juga filatelis luar negeri, serta para pengguna jasa pos yang diasumsikan akan tertarik menggunakan atau mengoleksi perangko seri cerita rakyat karena keunikan dan spesifikasinya. Ketiga, komodifikasi pekerja (*labour commodification*) atau komodifikasi desainer/ilustrator. Mereka yang bekerja untuk mendesain dan memproduksi perangko seri cerita rakyat adalah pihak-pihak yang berada dalam mekanisme industri budaya dengan kontrol dari pemodal.

### III. Kesimpulan

Indonesia sangat kaya dengan warisan budaya yang berwujud non materi (*intangible cultural heritage*). Tradisi mengalami transformasi baik dalam isi, bentuk, maupun keduanya, dan berganti dengan tradisi baru sesuai dengan kondisi dan situasi yang berlaku. Tradisi lisan merupakan sumber kebijakan dan alat untuk membangun budaya yang majemuk. Untuk melestarikan keberadaan cerita rakyat supaya masih menghinggapi kehidupan masyarakat di era modern sekarang ini, maka PT Pos mengangkat kembali cerita rakyat melalui media perangko.

Secara interpretatif kritis, komodifikasi cerita rakyat dalam perangko bisa memunculkan negosiasi budaya lokal dan kepentingan politis – kultural yang menguntungkan pemerintah. Perangko bukan hanya alat bayar untuk surat – menyurat atau untuk koleksi. Lebih dari itu, perangko adalah sebuah situs yang sarat dengan kompleksitas makna, pesan, dan kepentingan. Untuk kebutuhan masyarakat yang praktis atau instan seperti sekarang ini, pengomodifikasian terhadap cerita rakyat juga sangat perlu dengan tujuan akhirnya mencari keuntungan. Rangkaian cerita yang panjang dimampatkan hanya menjadi 5 panel dengan penampilan inti cerita dan makna utamanya saja. Masyarakat tidak dituntut untuk mengetahui secara terperinci mengenai cerita rakyat tertentu, tetapi cukup mengingat inti nilai moral yang divisualisasikan. Penyempitan makna bisa terjadi dalam proses yang dilalui. Oleh karenanya sebaiknya dalam mendesain diharapkan benar-benar menampilkan adegan pokok. Selain itu, karena panel awal dan panel berikutnya memiliki rentang waktu yang sangat panjang, maka gambar untuk *background* lebih baik dibedakan sesuai dengan waktu kejadian dalam adegan. Bukan hanya perforasi yang memisahkan antar panel yang membedakannya. Bagi PT Pos hendaknya penerbitan perangko cerita rakyat tidak berhenti di tahun 2005, namun bisa dilanjutkan dengan menyajikan cerita yang berbeda meskipun dalam wilayah atau daerah yang sama.

### Daftar Pustaka

- Adorno, Theodor W., 1997, "Culture Industry Reconsidered", dalam Paul Marris & Sue Tornhman (eds.), *Media Studies: A Reader*, Edinburgh: Ednburgh University Press.
- \_\_\_\_\_, 1991, *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, London: Routledge.
- Affandi, Slamet, 2001, *Mengenal Perangko Indonesia dan Filateli*, Jakarta: PT Grasindo.
- Allan, Angus P., 1975, *Space 1999 Annual-Space Quest in Stamp*, Word Distributors UK.
- Baudrillard, Jean.(2004), *Masyarakat Konsumsi*, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Benjamin, Walter, (recollected). (1999), "The work of art in the age of mechanical production", dalam Jessica Evans dan Stuart Hall (ed.),

- Visual Culture: The Reader*, London: Sage.
- Burton, Graeme, 2008, *Media dan Budaya Populer*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Danandjaja, James, 1992, *Cerita Rakyat dari Jawa Tengah*, Jakarta: Grasindo.
- Digital Perangko*, April 2009.
- Digital Perangko*, Agustus 2008.
- Digital Perangko*, Juli 2008.
- Dillistone, F.W., 2002, *Daya Kekuatan Simbol*, terj. A. Widyamartaya, Yogyakarta: Kanisius.
- Fadlillah, 2006, *Kecerdasan Budaya*, Padang: Andalas University Press.
- Finlay, Ian, 1982, *Mengumpulkan Perangko*, Bandung: BPK Gunung Mulia.
- Ibrahim, Idi Subandi (ed.), 1997, *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam 'Masyarakat Komoditas' Indonesia*, Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Irmayanti dan Meliono Budianto, 2004, *Ideologi Budaya*, Jakarta: Yayasan Kota Kita.
- Jhally, Sut, 1990, *The Code of Advertisement*, New York: Routledge.
- Louw, Eric, 2001, *Media and Cultural Production*, London: Sage Publications.
- Lubis, Mochtar, 1992, *Budaya, Masyarakat dan Manusia Indonesia*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Merpati Pos*, edisi I – 2000.
- Moeljoto, G.M., 1984, *Philateli*, Bandung: Pusat Pendidikan dan Pengembangan Perum Pos & Giro.
- Narwaya, ST Tri Guntur, 2006, *Matinya Ilmu komunikasi*, Yogyakarta: Resist Book.
- Pilliang, Yasraf Amir, 2003, *Hipersemiotika Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, Jalasutra Bandung & Yogyakarta: Jalasutra.
- Sachari, Agus, 2007, *Budaya Visual Indonesia*, Jakarta: Erlangga.
- Sinaulan, Berthold D.H., 1994, *Mengenal Seluk Beluk Filateli*, Jakarta: PPPFL.
- Suryalaga, Hidayat, 28 Mei 2005, "Kajian Hermeneutika terhadap Legenda dan Mitos Gunung Tangkubanparahu dengan segala aspeknya" Orasi Ilmiah dalam Wisuda Mahasiswa ITENAS, Bandung.
- Widagdo, 2005, *Desain dan Kebudayaan*, Bandung: ITB.