

PERUBAHAN BENTUK DAN MAKNA 'FESYEN AKSESORI'

Dari Ojek 'Pengkol-lain' sampai Ojek On-line

Oleh:

Triyanto, S.Sn., M.A. Dra. Enny Zuhni Khayati, M.Kes Dra. Widyabakti Sabatari, M.Sn.

Program Studi Teknik Busana PTBB FT UNY

email: triyanto@uny.ac.id triyanto.ma@gmail.com

Abstrak

Aktivitas manusia modern 'Jaman Now' menuntut kecepatan dalam memobilisasi kepentingan. Ojek on-line merupakan salah satu bentuk sarana transportasi yang sedang 'booming' di Indonesia. Eksistensi ojek on-line mampu menjawab permasalahan transportasi manusia yang lebih efisien, cepat, dan praktis. Keberadaan sarana transportasi berbasis on-line itu tentunya mengalami sejarah panjang. Pada forum Seminar Nasional Boga Busana dan Rias yang terhormat ini penulis akan menyajikan paparan bagaimana keberadaan jasa transportasi tradisional ojek pengkolan sampai ke penyediaan sarana transportasi modern ojek berbasis on-line mengalami transformasi penampilan dan kesan terhadap nilai fesyen aksesoris yang dikenakannya. Untuk dapat membedah dan menguliti transformasi akibat dari pergeseran trend tersebut penulis melakukan elaborasi melalui pendekatan ilmu multidisipliner, meliputi: seni, semiotik, dan sejarah mikro.

Pendahuluan

Mobilisasi masyarakat modern semakin padat meningkat seiring dengan perubahan perkembangan zaman. Hubungan aktivitas masyarakat modern semakin tinggi terjadi mulai beriringan dengan ditemukannya sarana transportasi yang menghubungkan masyarakat, antara: benua, negara, pulau, kota, RW, sampai antar RT. Kebutuhan terhadap sarana transportasi penunjang aktivitas manusia menjadi utama. Aneka jenis sarana transportasi penunjang aktivitas masyarakat tersedia dengan lengkap. Mulai dari keberadaan pesawat terbang yang mampu melintasi benua, bus trayek layanan antar kota, sampai berbagai macam jasa ojek pengkolan mampu masuk ke gang-gang tikus. Dengan demikian mobilisasi aktivitas manusia menjadi peluang ekonomi tersendiri yang membutuhkan kreativitas tinggi untuk memberikan layanan jasa transportasi. Kemunculan ojek pengkolan sebagai salah satu alat pendukung transportasi darat sebenarnya sudah cukup lama. Namun demikian kuantitasnya sekarang semakin mengecil termarginalkan oleh keberadaan ojek *on-line*.

Keberadaan ojek melengkapi keberadaan sarana transportasi darat lainnya, seperti: bis kota, angkot, kereta, taksi yang tidak dapat menjangkau ke pelosok gang-gang kecil perkampungan. Keberadaan ojek sebagai salah satu jasa penyedia transportasi masyarakat di Indonesia mempunyai keunikan tersendiri menarik untuk dikaji. Hal ini terkait dengan penggunaan system manajemen ojek berbasis aplikasi di mana di dalam pekerjaannya menggunakan fesyen berupa jaket beserta properti aksesoris lainnya sebagai penandanya. Suasana sepanjang jalan, sudut kota, halaman depan sekolah, sampai berbagai pusat keramaian lainnya sekarang dipenuhi dengan keberadaan ojek on-line. Masyarakat dengan mudahnya mendapatkan layanan jasa ojek on-line. Bukan saja sebagai penghantar mobilisasi orang, namun demikian juga dapat sebagai penghantar berbagai jasa hantaran lainnya, seperti: barang bingkisan, pecah belah, sampai aneka makanan. Eksistensi ojek on-line di mata masyarakat mempunyai kelas tersendiri. Realitas itu dimungkinkan karena adanya perbedaan kesan, interpretasi, ataupun nilai

perlambang yang ditimbulkan dari penggunaan atribut-atribut aksesori penanda yang lebih mengikuti trend budaya kemajuan masyarakat yang tidak terlepas dari kecanggihan teknologi.

Ojek Dari Masa ke Masa

Pasca kemerdekaan Indonesia, daya beli ekonomi masyarakat belum terbentuk secara kuat. Pada saat itu motor merupakan barang mewah sehingga yang dapat memiliki hanyalah orang-orang tertentu, seperti pejabat kelurahan 'Pak Carik' maupun para saudagar keturunan lainnya. M.C. Ricklefs (2005) menerangkan bahwa tahun 1970 hingga 1980-an ekonomi Indonesia mulai menggeliat. Realitas geliat ekonomi itu ditandai dengan makin sibuknya dermaga bongkar muat pelabuhan. Untuk menunjang kelancaran para pekerja ataupun masyarakat yang mau naik kapal maka munculah usaha ojek sepeda kayuh. Berbagai macam jenis merk sepeda keluaran negeri Belanda sampai negeri China 'bersliweran' lalu-lalang di pelabuhan maupun jalan, seperti: Phoenix, Gazelle, Apollo, RRC. Era tahun 1980-an ekonomi makro Indonesia tumbuh merangkak selaras dengan program Pemerintahan militerian Soeharto melalui program dengan slogan Rencana Pembangunan Lima Tahun "REPELITA". Seiring pembangunan ekonomi tersebut kesejahteraan awal masyarakat Indonesia mulai dapat dirasakan. Ekonomi masyarakat mulai membaik, realitas itu dapat terlihat dari mulai membanjirnya produk produk luar negeri yang dapat terserap dengan baik di hati masyarakat. Sebelum tahun 80-an jumlah motor yang lalu lalang di jalan raya dapat dihitung dengan jari. Pertumbuhan ekonomi yang ditandai dengan kesejahteraan masyarakat membuat daya beli konsumsi masyarakat meningkat sehingga ojek sepeda tenaga kayuh berubah ke ojek sepeda motor. Asal kata penyebutan 'Ojek' menurut cerita sementara orang berasal dari kata 'objek' yang kemudian dijadikan kata kerja dengan logat Jawa menjadi 'ngobjek'. Istilah ngobyek ini berkenaan dengan pekerjaan tambahan untuk mendapatkan sumber-sumber ekonomi. Sementara menurut Ahmad Maulana dkk. (2003) dalam Kamus Ilmiah Bahasa Indonesia Popular "ojek adalah sepeda yang ditaksikan."



Gambar 1.
Keberadaan ojek dari masa ke masa

Bentuk dan Makna Aksesori Fashion Ojek 'Pengkol-lain'

Berpergian dari satu tempat ke tempat lainnya adalah aktivitas yang terjadi di semua makhluk hidup. Aktivitas itu menunjuk pada denyut bahwa kehidupan masih ada geliat hidup. Aktivitas kehidupan setiap makhluk berbeda-beda, bisa merupakan aktivitas jarak dekat ataupun aktivitas jarak jauh yang membutuhkan sarana transportasi pendamping. Ojek sebagai salah satu penyedia layanan jasa antar melalui penggunaan sepeda sangat membantu sekali terhadap aktivitas mobilisasi manusia. Eksistensi ojek sangat terasa terutama sebagai penyambung tujuan aktivitas manusia yang lokasinya terpencil tidak dapat ditempuh melalui penggunaan transportasi lebih besar, seperti bis dan kereta. Melalui sarana ojek

aktivitas manusia dapat dihantarkan sampai ujung gang terkecil sekalipun. Ojek pengkolan 'Pengkol-lain' tentu saja berbeda dengan ojek on-line.

Secara historis keberadaan ojek pengkolan bermula dari Jakarta sebagai kota besar yang membutuhkan berbagai sarana transportasi. Namun seiring pembangunan ekonomi Presiden Soeharto berdampak pula pada kemajuan di berbagai daerah lainnya sehingga awal tahun 1980-1990-an merupakan booming ojek pengkolan. Masyarakat mendapatkan jasa ojek pengkolan dapat dengan mudah ditemukan di berbagai pengkolan jalan. Begitu seseorang turun dari opelet, bis, kereta, ataupun pesawat terbang pasti akan mendapatkan berbagai sambutan teriakan, seperti: "ojek mbak, ojek bu, ojek mas....!!!" Dengan diiringi suara klakson sepeda motor 'thettho-thettot' ataupun bentuk suara siulan "siit...suit" dan berbagai penanda sambutan tukang ojek pengkolan lainnya. Sambutan tukang ojek pengkolan yang begitu terbuka dengan selera gaya fashion bermacam-macam. Gaya fashion ojek pengkolan relative bebas, ekspresif, unik tidak ada yang mengatur dengan aturan tertentu. Ada yang memakai jaket kulit, rompi bahan denim dengan lengan dirumbai ataupun tambahan symbol-simbol bendera sepak bola ataupun negara, sampai penggunaan berbagai kaos dengan tulisan yang kreasi eksentrik mengundang perhatian. Dengan demikian bentuk fashion yang digunakan tukang ojek pengkolan tidak memilih pada seragam tertentu, namun demikian bentuk fashion yang bebas, eksentrik, terkadang berkesan 'sangat' menakutkan supaya tidak tergusur oleh pihak kekuatan lainnya. Pada waktu ojek pengkolan menunggu waktu aktivitas yang dilakukan dapat berupa main catur, kartu, sampai berkelakar antar teman. Sepeda motor yang digunakan juga tidak ada aturan bentuk dan aksesoris. Sepeda motor ojek pengkol-lain yang berlokasi di pedesaan maupun pegunungan yang penting mesin hidup, perkara kelengkapan surat identitas kendaraan dan aksesorinya tidak penting. Manajemen pengelolaan anggota diatur masing-masing per-pengkolan, guyup rukun kebersamaan antar anggota adalah modal utama. Posko berupa bangunan sederhana bentuk gardu (Jawa: cakruk) terbuat dari bambu dengan penanda aksesoris posko bertuliskan 'ojek', 'ojek pengkolan', 'pojok ojek', 'ojek sor wit'. 'Jaman now' penyedia jasa ojek pengkolan di kota besar masih ada, namun penggunaannya semakin menyusut jumlahnya. Kalaupun masih ada pengguna jasa ojek pengkolan adalah termasuk pengguna lama dengan rerata usia tua yang tidak memiliki kemampuan teknologi handphone smartphone. Kalaupun mempunyai handphone hanya sekedar difungsikan sebagai sarana komunikasi secara langsung tidak memanfaatkan fasilitas yang disediakan.



<http://beritatrans.com>

Gambar 2.
Keberadaan ojek pengkolan

Bentuk dan Makna Aksesori Fesyen Ojek On-line

Perkembangan teknologi informasi 'Jaman now' telah mampu berkontribusi dalam menggeser pergerakan perubahan social. Ojek on-line adalah satu contoh penanda adanya perubahan social tersebut. Ojek merupakan sarana transportasi penghubung mobilitas warga dengan bantuan media sepeda motor. Ojek yang awalnya berada di titik-titik persimpangan pengkolan jalan, kini telah menjadi sarana transportasi vital yang melingkupi berbagai macam aktivitas masyarakat kekinian 'jaman now'. Keberadaan ojek on-line memanjakan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Pengguna jasa ojek tidak perlu lagi susah payah mencari, menunggu, membutuhkan ketersediaan waktu, tarif biaya jasa ojek tidak pernah pasti. Melalui ojek on-line bukan saja menjadi sarana pembantu transportasi, namun demikian juga memudahkan dalam melakukan pengiriman berbagai macam barang maupun pesanan makanan. Pesan makanan melalui ojek-online menjadi gaya hidup baru. Pada sisi lainnya memang ada kesan bahwa keberadaan ojek on-line menggunakan management modern yang memperhatikan aspek-aspek nilai *hospitality, friendly, smart and fast*. Secara pengamatan visual terhadap fenomena 'menghijaunya' di berbagai lalu lintas jalan perkotaan telah menjadi icon budaya baru yang mampu menggeser berbagai sector aktivitas manusia. Aspek tampilan symbol dan property aksesori menjadi penanda keberadaan ojek on-line. Pengaturan harmonica warna penuh pertimbangan nilai estetika yang mendalam. Pengaturan area warna akan menghasilkan bentuk visual yang enak dipandang mata (Triyanto dan Widyabakti Sabatari, 2017). Desain produk helm dan jaket menggunakan pilihan warna-warni jaket yang menyenangkan mata menjadi pertimbangan dalam pemilihan fashion ojek on-line. Intensitas warna jaket mampu menjadi daya tarik 'centre of interest' yang melekat menyita perhatian mata. 'Go-jek' dan 'Grab' sebagai penyedia jasa layanan ojek on-line di Indonesia lebih memilih perpaduan antara warna hijau muda dan hitam. Sedangkan 'Uber' lebih memilih perpaduan antara warna orange dan hitam. Keberadaan warna warni itu menjadi penanda keberadaan masing-masing jasa ojek on-line di seluruh Indonesia. Dalam ingatan orang begitu melihat warna hijau muda adalah warna jaket Go-jek ataupun Grab. Sedangkan begitu melihat jaket warna orange adalah Uber. Padahal perkembangan kuantitas penyedia jasa ojek on-line di berbagai kota kian banyak sehingga warna jalan sekarang dipenuhi warna jaket hijau dan orange. Tampilan jaket dilengkapi dengan desain logo dan nama ojek on-line. Desain logo dan nama ojek on-line dibuat dengan pertimbangan yang mendalam. Desain logo yang mudah diingat dengan menggunakan icon sinyal dering gelombang. Icon gambar yang menunjuk pada kelas menggunakan teknologi informasi. Realitas itu selaras dengan aksesori pendukung lainnya, yakni menggunakan sarana komunikasi handphone android yang terpasang di gagang stang motor.



<https://www.sribu.com>

Gambar 3.
Desain logo ojek on-line

Berdasar pada property aksesori yang digunakan menunjuk pada makna bahwa seseorang yang menjadi ojek on-line bukanlah orang 'sembarangan'. Namun demikian orang yang memiliki kemampuan adaptasi menggunakan teknologi komunikasi kekinian yang tidak terlepas dari pengaruh latar belakang

pendidikan. Maka bukan sesuatu yang mustahil jika mereka yang bekerja menjadi ojek on-line itu berasal kalangan social ekonomi menengah, seperti dari kalangan mahasiswa sampai karyawan kantor yang membutuhkan tambahan sumber pendapatan. Tampilan motor, sepatu, celana, ojek on-line juga lebih baik. Rerata motor yang dipakai adalah motor yang sehat, bersih, kekinian lengkap dengan aksesoris standar pabrik, bukan motor butut tidak beridentitas. Latar belakang social ekonomi dan pendidikan yang lebih baik juga dapat terlihat dari pilihan celana panjang maupun sepatu yang berasal dari berbagai brand ternama. Fashion aksesoris motor ojek on-line semakin tampak lebih 'fashion' dengan dipergunakannya stick pegangan handphone yang dipasang di gagang stang motor bagian depan. Latar belakang ojek on-line yang relative 'berbau' pendidikan juga membuat perilaku driver ojek on-line adalah perilaku yang santun, tidak ugal-ugalan dalam berkendara, komunikatif terhadap pelanggan. Hal itu dimungkinkan karena adanya system management yang baik terhadap layanan konsumen. Tampilan wajah ojek yang professional jauh dari gambaran wajah seram menakutkan. Dengan penampilan dan layanan seperti itu membuat pengguna sangat nyaman menikmati layanan ojek on-line. Berbasis teknologi smartphone menjadikan pengguna jasa ojek on-line juga dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan kaum muda lainnya yang melek adaptif terhadap aplikasi teknologi modern.



Gambar 4.
Bentuk aksesoris ojek on-line

Penutup

Kemajuan teknologi manusia sudah menjadi keniscayaan akan merubah pula pada bentuk-bentuk bidang tatanan kehidupan manusia. Salah satu terobosan besar yang mampu membuat perubahan besar tatanan kehidupan di era milenia III ini terdapat pada penemuan teknologi informasi dalam pengelolaan ojek on-line. Eksistensi ojek on-line mampu memberikan makna baru nilai layanan transportasi jenis sepeda motor yang lebih baik dibandingkan dengan ojek konvensional. Perubahan bentuk dan makna itu mampu menjadi penanda adanya kualitas nilai yang berbeda sehingga dapat diterima masyarakat yang berbeda pula. Dengan demikian, melalui fenomena ojek on-line rekomendasi hikmah yang dapat diterima adalah pentingnya perpaduan di antara penemuan teknologi dan atribut aksesoris penanda.

DAFTAR PUSTAKA

- M.C. Ricklefs (2005). *Sejarah Indonesia Modern 1200-2004*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Triyanto dan Widyabakti Sabatari (2017). *Visual Merchandise*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nugroho Noto Susanto (1984). *Sejarah Nasional Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Ahmad Maulana dkk. (2003). *Kamus Ilmiah Bahasa Indonesia Populer*. Yogyakarta: Absolut
- <http://beritatrans.com>
- <https://www.google.co.id>
- <https://www.sribu.com>

