

Perancangan *T-shirt* Grafis Berdasarkan Interpretasi Atas Nilai-nilai Kristiani

Jacob Rapha Tister N.

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra, Surabaya
Email: jacobnursalim@yahoo.com

Abstrak

Sebuah perancangan dengan media utama *t-shirt* grafis. *T-shirt* grafis yang dirancang diadaptasi dari nilai-nilai yang terkandung dalam kitab suci umat Kristiani, yang terfokus pada ayat Galatia 5:16-21. Ayat ini didalami dan direlevansikan dengan keadaan anak muda perkotaan masa sekarang, yang menjadi sasaran perancangan, untuk kemudian dibuat suatu konsep desain yang diaplikasikan ke dalam media *t-shirt* grafis. Tujuan dibuatnya perancangan ini adalah untuk menggelitik hati masyarakat yang mulai dingin dan tidak peduli dengan permasalahan yang ada di sekitar mereka. Dengan penggunaan media dan gaya desain yang sesuai dengan kehidupan dan gaya hidup anak muda, diharapkan tujuan dari perancangan ini dapat benar-benar tercapai.

Kata kunci: *T-shirt*, Nilai Kristiani, Ilustrasi, Alkitab, Anak Muda, Kristen, Galatia.

Abstract

Title: *Graphic T-shirt Scheme Based on Christian Values Interpretation*

A scheme with graphic t-shirt as primary media. Graphic t-shirt adapted from the values contained in the holy book of Christians, which focused on the verse Galatians 5:16-21. This verse explored and relevanced with state of urban youth today, which was subjected to the design, and then created a design concept that is applied to the medium of t-shirt graphics. The purpose of this scheme is to touch the cold heart of people who do not care about many problems around them. With the use of media and design styles corresponding to the life and lifestyle of young people, the expected goal of this design can be actually achieved.

Keywords: *T-shirt, Christian Value, Illustration, Bible, Youth, Christian, Galatians.*

Pendahuluan

Pada masyarakat masa kini banyak sekali dijumpai permasalahan sosial yang sangat beragam. Masyarakat perkotaan, sebagai masyarakat yang heterogen tentunya memiliki problematika yang berbeda dengan masyarakat perdesaan. Kehidupan yang dijalankan dalam lingkungan perkotaan membuat masyarakat mengalami banyak permasalahan yang beragam, juga didasari oleh banyak faktor seperti usia, agama, tingkat sosial dan yang lainnya. Anak muda sebagai bagian dari kehidupan bermasyarakat tentunya juga memiliki berbagai macam problematika yang berbeda dengan yang dialami orang tua maupun anak kecil. Ambil saja contoh problematika tawuran atau seks bebas yang sangat marak terjadi pada anak muda perkotaan masa sekarang. Berbagai problematika yang dialami anak muda ini sangat sering dijumpai dalam masyarakat. Hal ini seharusnya memicu perhatian dari masyarakat,

namun seiring dengan berjalannya waktu, hal-hal seperti ini malah terlihat wajar dan semakin dianggap biasa oleh masyarakat. Semakin hari, masyarakat menjadi semakin terbiasa dengan permasalahan-permasalahan yang terjadi di sekitarnya, semakin menganggap biasa, dan akhirnya membiarkan hal tersebut terjadi begitu saja. Fenomena ini membuat perbedaan antara benar dan salah menjadi semakin bias. Apa yang salah mulai dianggap biasa dan benar, sedangkan nilai-nilai yang benar malah dianggap kuno. Ketika masyarakat mulai terbiasa dengan masalah-masalah yang terjadi, maka hal ini akan menjadi akar dari permasalahan yang lebih besar. Jadi, yang perlu dilakukan di sini adalah menggelitik hati masyarakat agar mulai kembali sadar akan permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di sekitarnya, terutama yang berhubungan dengan anak muda.

Agama menjadi salah satu jawaban dari kegelisahan ini. Agama, yang dipercaya sebagai pedoman manusia

dalam menjalani kehidupan, seharusnya menjadi suatu alat yang bisa digunakan untuk mengatasi berbagai problematika dalam kehidupan manusia, dan menjalankan fungsinya dengan baik. Menurut Emile Durkhien “agama merupakan kekuatan yang amat mempengaruhi sikap hidup manusia secara individual maupun sosial”. Sementara menurut Franz Dahler mengatakan “agama adalah hubungan manusia dengan kekuasaan yang suci, dimana kekuasaan yang suci tersebut lebih tinggi dari adanya manusia”. Hal yang sama dengan ini Banawiratman mengatakan “bahwa agama bukan hanya ajaran teoritis, merumuskan iman dan mengarahkan perilaku orang beriman, melainkan juga didalamnya terdapat norma dan aturan, perintah, dan larangan yang berkenaan dengan etika dan moral masyarakat (Nababan, par. 3).

Salah satu agama yang dipercayai di Indonesia adalah agama Kristen atau Kristiani atau Nasrani. Agama Kristen banyak mengajarkan tentang nilai-nilai yang benar dan hal-hal salah yang tidak boleh dilakukan oleh manusia. Salah satu alat yang digunakan untuk mengajarkan nilai-nilai tersebut adalah Alkitab yang notabene adalah kitab suci dari umat Kristiani. Di dalam Alkitab dijelaskan banyak sekali prinsip-prinsip kehidupan yang seharusnya diterapkan manusia dalam menjalankan kehidupannya. Nilai-nilai yang diambil dari Alkitab difokuskan kepada Galatia 5:16-21, sebagai dasar dari perancangan yang dibuat. Secara umum Galatia 5:16-21 berisi tentang hal-hal buruk yang seharusnya tidak dilakukan oleh umat manusia. Ayat ini memiliki nilai-nilai yang kuat dalam hal membimbing manusia agar tidak terjatuh pada perbuatan-perbuatan yang haram.

Karena objek penelitiannya diarahkan kepada anak muda, maka sasaran perancangan pun difokuskan kepada anak muda perkotaan. Anak muda perkotaan di sini yang dimaksud adalah anak muda yang tinggal di kota, dan masih mudah untuk dipengaruhi dan diarahkan. Anak muda dalam konteks ini juga mengarah kepada anak muda yang suka mengekspresikan diri, mengingat media yang akan digunakan adalah *t-shirt* grafis. Sebenarnya banyak media lain yang bisa digunakan dalam bentuk kepedulian terhadap masalah-masalah di atas, namun *t-shirt* dinilai sebagai media yang paling dekat dengan sasaran perancangan yang notabene adalah anak muda. Fungsi paling nyata dari media *t-shirt* adalah penyampaian pesannya yang efektif dan cepat menyebar (luas). Ambil saja contoh *t-shirt* yang memiliki grafis tulisan “*Stop Global Warming*”. Dengan *t-shirt* tersebut, orang yang mengenakannya menyampaikan sebuah pesan tentang isu lingkungan yang terjadi. Masyarakat secara tidak sadar menjadi penerima pesan tersebut ketika membaca tulisan yang ada dalam *t-shirt* tersebut. Ketika dalam satu hari pengguna *t-shirt* tersebut pergi ke beberapa tempat yang ramai, bayangkan berapa orang yang membaca

pesan tersebut, dan seberapa besar dampak media *t-shirt* menjadi suatu alat penyampaian pesan.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kualitatif. Metode ini digunakan karena dibutuhkan riset yang mendalam mengenai pesan yang akan disampaikan dan cara menyampaikannya. Dua jenis data yang dibutuhkan adalah data primer dan data sekunder. Kedua data ini didapatkan melalui cara pengumpulan data yang berbeda. Data Primer adalah data yang didapat secara langsung, yang juga secara langsung terhubung dengan permasalahan yang diangkat dalam perancangan. Data primer yang dibutuhkan dalam perancangan ini antara lain adalah hubungan nilai Kristiani dalam Galatia 5:16-21 dengan permasalahan yang dialami anak muda perkotaan saat ini, apa yang menjadi kebiasaan dan apa yang disukai oleh sasaran perancangan, perkembangan *t-shirt* grafis dalam masyarakat, dan data-data terkait lainnya. Dalam menemukan data primer yang digunakan dalam perancangan ini, maka dilakukan dua cara untuk memperolehnya yaitu wawancara (*interview*), dan observasi.

Wawancara (*interview*) adalah suatu metode pengumpulan data yang menggunakan informan yang mewakili suatu khalayak yang diteliti. Dari informan tersebut akan didapatkan beberapa data mengenai hal-hal yang terkait dengan khalayak yang diteliti. Pada riset ini akan dilakukan wawancara kepada beberapa narasumber untuk menemukan data-data yang dibutuhkan. Informan / narasumber tersebut bisa merupakan orang yang mengalami langsung permasalahan yang diangkat, maupun orang yang pernah mengamati atau meneliti masalah yang sama. Dalam konteks ini, orang yang pernah mengalami langsung adalah anak muda perkotaan, dan orang yang pernah meneliti masalah ini bisa jadi adalah bagian pusat konseling kampus, rohaniwan, dan pendeta. Selain itu, untuk menghasilkan *t-shirt* grafis yang baik, dan bagaimana cara menyampaikan pesan yang efektif dan menarik melalui *t-shirt* grafis, maka perlu juga dilakukan wawancara terhadap orang-orang yang bekerja di distro atau *clothing*, yang notabene adalah memproduksi *t-shirt* grafis.

Observasi adalah suatu metode pencarian data yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lingkungan khalayak untuk mengamati hal-hal apa saja yang terjadi pada khalayak tersebut, yang relevan dengan permasalahan. Observasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran secara umum dan nyata mengenai problematika yang terjadi secara langsung terjadi dalam masyarakat. Dengan observasi akan didapatkan banyak informasi mengenai khalayak yang dikaji, baik kehidupan sosialnya, keseharian, aktifitas yang dilakukan, dan banyak hal lain yang dibutuhkan dalam perancangan. Dalam observasi ini penulis akan langsung terjun ke masyarakat untuk mengamati dan

mencari fenomena-fenomena apa yang yang terjadi pada khalayak anak muda perkotaan. Dengan mengamati tingkah laku dan keseharian khalayak yang ditinjau, maka diharapkan akan ditemukan masalah-masalah apa saja yang dihadapi oleh khalayak tersebut, apa yang mereka butuhkan, dan data-data lain yang relevan. Observasi juga dilakukan pada beberapa *clothing line* untuk melihat tren ilustrasi di *t-shirt*, beserta teknik cetaknya. Hal tersebut sangat perlu dilakukan untuk mengetahui selera pasar *t-shirt* grafis, sehingga ilustrasi yang nantinya dibuat akan jadi lebih mudah diterima khalayak penyuka *t-shirt* grafis. Selain itu diharapkan dengan adanya observasi ini, akan dihasilkan *t-shirt* grafis dengan ilustrasi yang unik dan menarik sehingga dapat menyampaikan pesan dengan baik dan memiliki nilai jual yang tinggi.

Data sekunder adalah data-data yang didapatkan dengan cara yang tidak langsung berhubungan dengan khalayak perancangan. Data sekunder merupakan sumber tertulis yang mendukung data primer, sehingga data primer memiliki argumen yang lebih kuat. Data sekunder dalam perancangan ini didapatkan melalui studi kepustakaan. Studi kepustakaan yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan buku dan internet. Dari studi kepustakaan akan didapatkan data-data yang lebih kuat beserta teori-teori yang mendukung data-data tersebut. Buku yang dimaksud di sini adalah media cetak, bisa berupa majalah, jurnal, dll. Sedangkan internet yang dimaksud adalah artikel-artikel yang ditulis di internet, *e-book* dan lain-lain.

Studi kepustakaan yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan buku dan internet. Dari studi kepustakaan akan didapatkan data-data yang lebih kuat beserta teori-teori yang mendukung data-data tersebut. Buku yang dimaksud di sini adalah media cetak, bisa berupa majalah, jurnal, dll. Sedangkan internet yang dimaksud adalah artikel-artikel yang ditulis di internet, *e-book* dan lain-lain.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan karena dinilai paling efektif dalam menganalisis data yang diperoleh. Dengan deskriptif kualitatif maka data dapat disekripsikan menjadi jelas dan lebih dalam. Karena data yang didapatkan bukanlah data yang terukur, maka kualitatif membuat data lebih mudah dipahami.

Jika metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, maka unit analisis data yang dipakai adalah SWOT (*strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat*). Metode ini dipakai guna membandingkan perancangan ini dengan pembandingnya seperti distro / *clothing line*. Banyak hal yang nantinya akan bisa dibandingkan, entah itu dari grafisnya, pesan yang dikomunikasikan, dan hal-

hal lain yang berhubungan dengan perancangan. SWOT dipakai dengan mempertimbangkan bahwa media (*t-shirt* grafis) adalah media yang sudah banyak dibuat, dan dapat dibandingkan.

Berdasarkan analisis dari data-data yang sudah dikumpulkan, maka ditemukan beberapa kekuatan perancangan *t-shirt* grafis ini dibandingkan dengan kebanyakan *t-shirt* grafis yang ada di pasaran. Dibandingkan dengan sesama *t-shirt* grafis yang mengambil nilai Kristiani dalam desainnya, *t-shirt* yang dirancang ini tidak menonjolkan ke-Kristen-annya, jadi bisa dipakai oleh semua kalangan masyarakat. Memang nilai Kristiani menjadi acuan dalam desain *t-shirt* yang dirancang, namun nilai Kristiani di sini hanya sebagai sumber dan inspirasi, bukan untuk ditunjukkan. Kekuatan lain dapat ditemukan ketika *t-shirt* yang dirancang ini dibandingkan dengan *t-shirt* grafis lain yang hanya menonjolkan aspek seni dan keindahan, dan tidak memiliki pesan / filosofi. Kekuatan tersebut adalah *t-shirt* yang dirancang ini memiliki pesan yang ingin disampaikan. Desain yang ada dalam *t-shirt* grafis yang dirancang juga memiliki kelebihan, karena dibandingkan dengan *t-shirt* grafis lain yang memiliki pesan tersirat, *t-shirt* grafis yang dirancang ini menunjukkan suatu pesan yang langsung dan tegas. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, bahwa untuk menunjukkan suatu pesan dengan jelas, tentunya menggunakan unsur tipografi. Tidak hanya menggunakan tipografi, *t-shirt* yang dirancang ini juga tetap menonjolkan aspek seninya melalui ilustrasi. Jadi dalam desain yang dibuat pada *t-shirt* grafis ini, akan digunakan elemen tipografi dan ilustrasi. Pesan / isu yang disampaikan dalam *t-shirt* grafis ini juga menjadi kekuatan tersendiri. Hal tersebut dikarenakan, berdasarkan observasi pada produsen-produsen *t-shirt* grafis, belum banyak ditemukan *t-shirt* grafis yang mengangkat permasalahan-permasalahan sosial yang serius, yang terjadi di kalangan anak muda.

Suatu produk membutuhkan *brand* untuk dapat meyakinkan masyarakat tentang produknya. Kenyataannya masyarakat sangat percaya dengan sebuah *brand*. Seperti yang dijelaskan Rizky bahwasannya *brand* sangat memiliki peranan yang penting dalam penjualan suatu produk. Rizky menjelaskan bahwa sebuah *brand* adalah suatu doktrin yang ditanamkan dalam benak masyarakat / sasaran pasarnya. *Brand* digunakan untuk mempengaruhi pemikiran orang tentang produk yang dijual (Rizky, personal conversation, 17 Jan. 2014). Jadi itulah pentingnya sebuah *branding* terhadap suatu produk, dalam konteks ini adalah *t-shirt* grafis.

Dalam perancangan ini, sebagai produk yang dicoba untuk dipasarkan di masyarakat, akan menjadi sebuah kelemahan yang besar apabila produk tersebut hanya dijual sebagai sebuah produk dan tidak memiliki

brand. Maka dari itu, solusinya adalah membuat *t-shirt* grafis yang akan dirancang ini menjadi suatu *brand*, dan mem-*branding*-nya sedemikian rupa. Yang menjadi kelemahan selanjutnya dalam perancangan ini adalah, perancangan ini menyuarakan sesuatu yang melarang perbuatan-perbuatan tidak baik yang disukai anak muda, yang malah sudah menjadi gaya hidup. Hal tersebut menjadi kelemahan apabila *t-shirt* grafis yang dirancang tidak bisa mengenai sasaran perancangan karena sasaran perancangan yang tidak suka dilarang / ditegur mengenai hal-hal yang mereka sukai, padahal hal itu adalah perbuatan tidak benar. Hal ini mengingat karakter anak muda yang tidak suka ditegur karena sifat idealisme dan egoisme yang dalam diri anak muda. Seperti yang sudah dijeskan Herawati, bahwa anak muda memiliki karakter yang tidak suka dinasihati, jadi untuk menggelitik hati anak muda, harus dengan cara menciptakan kesadaran dan membuatnya merenung, salah satunya dengan memberikan kalimat pertanyaan. Prediksi kelemahan ketiga dalam perancangan ini adalah perancangan ini mengadopsi nilai-nilai Kristiani ke dalam desainnya. Jika desainnya tidak dikemas sedemikian rupa sehingga tidak menunjukkan secara gamblang nilai-nilai Kristiani-nya, bisa jadi *t-shirt* yang dirancang tidak dapat diterima oleh masyarakat. Menurut Messenjah, cara agar nilai-nilai Kristiani tetap diterima masyarakat luas (semua agama), adalah dengan mengemasnya secara kreatif.

Seperti yang sudah dijelaskan dalam 'kekuatan', banyaknya *t-shirt* grafis yang hanya menonjolkan aspek seni dalam desainnya, membuka kesempatan *t-shirt* yang dirancang ini untuk menawarkan desain *t-shirt* dengan suatu pesan dalam desainnya. Selain itu karena belum banyak *t-shirt* grafis yang mengangkat masalah sosial, hal tersebut juga menjadi kesempatan bagi *t-shirt* grafis yang dirancang ini untuk memberikan alternatif desain *t-shirt* bagi sasaran perancangan.

Ancaman dalam perancangan ini adalah masyarakat Indonesia yang dikenal sangat menjunjung tinggi perbedaan agama. Masyarakat Indonesia cenderung fanatik dengan agama yang dianutnya, dan mengganggu agama lain tidak sebaik agamanya. Seperti yang dijelaskan dalam 'kelemahan', ketika ancaman ini tidak diperhitungkan, maka hal ini akan menjadi kelemahan. Salah satu cara agar tidak menjadi kelemahan adalah dengan mengemas desain sedemikian rupa sehingga nilai-nilai Kristiani-nya tidak terlihat secara gamblang. Seandainya hal tersebut sudah dilakukan namun ancaman yang ditakutkan tetap terjadi, maka secara langsung sasaran perancangannya bisa dipersempit ke anak muda yang menganut agama Kristen.

T-shirt grafis yang dirancang diharapkan dapat menyampaikan sebuah pesan, sebuah isu dalam lingkungan sasaran perancangan-nya sendiri. Dengan

adanya *t-shirt* grafis yang dirancang ini, diharapkan anak muda selaku sasaran perancangan menjadi sadar dengan fenomena-fenomena yang terjadi di lingkungannya. Dengan kesadaran tersebut, anak muda diharapkan ikut turut peduli terhadap permasalahan sosial di sekitarnya, dengan cara menyampaikan / menyuarakan pesan yang ada di dalam *t-shirt* yang dirancang, dengan cara menggunakan *t-shirt* tersebut.

Dampak positif yang diharapkan dalam perancangan ini adalah anak muda dapat menyampaikan pesan-pesan positif terhadap isu permasalahan sosial yang terjadi, melalui media *t-shirt* grafis. Pesan-pesan dalam *t-shirt* grafis tersebut dapat diterima oleh masyarakat luas, ketika *t-shirt* tersebut digunakan.

Tujuan dari dibuatnya penelitian ini adalah untuk dapat membuat sebuah konsep perancangan *t-shirt* grafis yang mengadaptasi nilai-nilai Kristiani yang terkandung dalam Galatia 5:16-21. Tujuan dari perancangannya sendiri adalah membuat *t-shirt* grafis yang menyuarakan / memiliki pesan tentang fenomena-fenomena yang terjadi dalam masyarakat anak muda perkotaan, yang seharusnya tidak boleh dilakukan, dengan mengambil nilai-nilai berdasarkan Galatia 5:16-21. Diharapkan *t-shirt* tersebut dapat menggelitik hati masyarakat yang mulai menganggap hal-hal tidak benar disekitarnya menjadi hal yang biasa.

Pembahasan

Jadi, setelah tujuan dari dibuatnya perancangan ini ditemukan, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah mengumpulkan data-data dari sumber-sumber yang sudah direncanakan. Setelah data-data tersebut didapatkan maka data-data tersebut akan dianalisa secara dalam, sehingga didapatkan data-data yang benar-benar dibutuhkan dalam perancangan. Setelah data-data terkumpul dan diseleksi, maka mulailah dilakukan penggalan ide untuk menemukan pesan apa hendak disampaikan, dan bagaimana cara penyampaiannya secara visual. Langkah selanjutnya adalah eksekusi karya.

Setelah menemukan dan mendalami permasalahan yang diangkat ke dalam tugas akhir, maka akan dibuatlah suatu perancangan sebagai bentuk pesan untuk menanamkan nilai-nilai Kristiani yang ada dalam Galatia 5:16-21. Pesan akan disampaikan melalui media *t-shirt* grafis. Meskipun pesan yang akan diangkat dalam *t-shirt* grafis adalah nilai-nilai Kristiani dan diadaptasi dari kitab suci umat Kristen, namun pada penerapannya nanti, visualisasinya akan dibuat sedemikian rupa sehingga tidak langsung terlihat bahwa pesan yang disampaikan adalah nilai Kristiani. Dengan demikian, pada hasil akhir nanti *t-shirt* grafis yang akan dirancang tetap akan bisa dipakai oleh semua kalangan masyarakat.

Secara umum *t-shirt* grafis / kaos grafis / kaos sablon adalah salah satu jenis *t-shirt* yang di permukaannya memiliki gambar grafis baik berupa tulisan (tipografi) maupun gambar ilustrasi. Sebagian orang menyebut *t-shirt* grafis sebagai '*t-shirt* yang memiliki desain', jadi yang dibahas bukan pada *t-shirt* sebagai media-nya, tapi lebih mengacu pada desain / grafisnya itu sendiri.

T-shirt grafis memiliki beberapa aspek yang bisa ditinjau yaitu: aspek bentuk dan jenis, aspek ilustrasi dan pesan, dan aspek visual. Ditinjau dari aspek bentuk dan jenisnya *t-shirt* grafis dibedakan menjadi dua berdasarkan teknik produksi / sablonnya. Yang pertama adalah *t-shirt* grafis dengan teknik produksi berupa DTG (*Direct to Garment*) atau yang biasa disebut dengan sablon *digital printing*, atau dulu disebut juga sebagai *iron-on*. Sedangkan yang kedua biasa disebut sablon *screen*, atau *screen printing*. Sablon *screen* sejak dulu adalah teknik sablon yang paling digemari baik oleh produsen maupun konsumen. Dari antara kedua teknik produksi yang dijelaskan, yang paling populer adalah teknik *screen printing*. Bagi produsen, teknik ini dinilai paling efisien untuk mencetak desain pada *t-shirt* grafis. Hal ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan untuk produksi lebih jauh lebih sedikit jika menggunakan *screen printing* ketimbang DTG.

Secara umum tinjauan pesan dan ilustrasi dalam *t-shirt* grafis dibagi menjadi dua kategori. Kategori pertama adalah *t-shirt* grafis yang menyajikan ilustrasi sebagai desain, dan kategori kedua adalah *t-shirt* grafis yang hanya menunjukkan / menampilkan *brand* (nama *brand*) dalam desainnya. Dalam kategori pertama, yaitu *t-shirt* grafis yang menonjolkan ilustrasi sebagai bagian dari desainnya, ada ilustrasi yang hanya dibuat berdasarkan seni semata, atau bisa dibilang sebagai ekspresi dari desainernya, ada pula yang dibuat dengan suatu pesan yang ingin disampaikan. Selain *t-shirt* grafis yang ditampilkan dengan ilustrasi, kategori yang kedua adalah *t-shirt* grafis yang menampilkan *brand* sebagai desainnya. Hal ini sebenarnya sedang marak di masyarakat.



Sumber: www.slamshop.be

Gambar 1. *T-shirt* grafis dengan pesan



Sumber: www.facebook.com/atelier.raphael.garnier

Gambar 2. *T-shirt* grafis tanpa pesan, desain oleh Raphael Granier



Sumber: www.cosmicclothes.net

Gambar 3. *T-shirt* yang desainnya mengangkat brand dari Cosmic

Aspek yang ditinjau berikutnya adalah aspek visual. Tinjauan dari aspek visual, tentunya tidak lepas dari elemen-elemen desain yang dipelajari, entah itu warna, bentuk, bahkan gaya desain yang digunakan. Secara umum dari bentuk desainnya, *t-shirt* grafis dibedakan menjadi dua kategori. Yang pertama adalah *t-shirt* grafis yang desainnya adalah ilustrasi, dan kategori kedua adalah *t-shirt* grafis dengan desain tipografi, namun kedua elemen tersebut juga dapat digabungkan. Dalam masyarakat, juga banyak dijumpai *t-shirt* grafis dengan warna, dan gaya desain yang sangat beragam. Hal ini bergantung pada selera penggunaannya. Ditinjau dari segi warna secara umum dibagi menjadi dua yaitu *t-shirt* dengan desain penuh warna (*fullcolor*) dan *t-shirt* dengan desain hitam putih (*grayscale*).



Sumber: designyoutrust.com

Gambar 4. T-shirt grafis dengan desain tipografi



Sumber: /www.maskool.in

Gambar 5. T-shirt grafis dengan desain ilustrasi

Gaya visual yang digunakan dalam perancangan ini lebih mengarah ke gaya pop art, namun tidak menutup kemungkinan gaya pop art akan dipadukan dengan gaya visual yang lain. Pop art dipilih karena dinilai paling dekat dengan kebudayaan anak muda yang suka terhadap hal-hal yang berbau pop (populer). Selain itu, karakteristik pop art yang diambil dalam perancangan ini adalah penggunaan warna-warna yang kontras. Di dalamnya, pop art juga memiliki banyak gaya desain. Mulai dari gaya desain komik yang dipelopori oleh Roy Lichtenstein, gaya penuh warna dari Andy Warhol, hingga gaya ilustrasi *doodle* yang digunakan dalam perancangan ini. Secara umum gaya ilustrasi *doodle* berbentuk seperti coretan-coretan yang sederhana. Karena bentuknya seperti coretan-coretan, maka gaya ilustrasi *doodle* biasanya hanya gambar berupa garis, yang sangat terlihat ciri khasnya yaitu digambar oleh tangan.



Sumber: domnx.deviantart.com

Gambar 6. Contoh ilustrasi doodle 1



Sumber: doodleaday.files.wordpress.com

Gambar 7. Contoh ilustrasi doodle 2

Demikian tinjauan mengenai *t-shirt* grafis, tinjauan selanjutnya diarahkan kepada apa yang akan menjadi pesan dalam *t-shirt* grafis yang dirancang. Secara umum Galatia 5:16-21 berisi tentang hal-hal yang dilarang untuk dilakukan oleh manusia. Surat Galatia 5:16-21 adalah tulisan Rasul Paulus yang berisi pesan yang disampaikan kepada jemaat di Galatia. Pesannya adalah untuk menjauhi hal-hal yang ditulis. Demikian ayat Galatia 5:16-21: “Maksudku ialah: hiduplah oleh Roh, maka kamu tidak akan menuruti keinginan daging. Sebab keinginan daging berlawanan dengan keinginan Roh dan keinginan Roh berlawanan dengan keinginan daging -karena keduanya bertentangan-- sehingga kamu setiap kali tidak melakukan apa yang kamu kehendaki. Akan tetapi jikalau kamu memberi dirimu dipimpin oleh Roh, maka kamu tidak hidup di bawah hukum Taurat. Perbuatan daging telah nyata, yaitu: percabulan, penyembahan berhala, sihir, perseteruan, perselisihan, iri hati, amarah, kepentingan diri sendiri, percideraan, roh pemecah, kedengkian, kemabukan, pesta pora dan sebagainya. Terhadap semuanya itu kuperingatkan kamu--seperti yang telah kubuat dahulu--bahwa barangsiapa

melakukan hal-hal yang demikian, ia tidak akan mendapat bagian dalam Kerajaan Allah”.

Pesan dalam Galatia 5:16-21 ini masih sangat relevan dengan apa yang terjadi sekarang, terutama pada anak muda perkotaan. Dari beberapa perbuatan tidak benar yang ada di Galatia 5:16-21 dipilih empat tema yang paling relevan dengan anak muda perkotaan masa sekarang. Empat hal tersebut adalah kemabukan dan pesta pora, perselisihan (bukan secara umum, namun pada keluarga), seks bebas dan percabulan, dan penyembahan berhala (bukan penyembahan berhala secara kuno, tapi lebih mengarah kepada penyembahan berhala modern).

Kemabukan dan pesta pora pada masa sekarang menjadi fenomena yang sangat sering dijumpai pada anak muda perkotaan. Pada hakekatnya fenomena ini sudah mendarah daging, bahkan menjadi gaya hidup anak muda. Semakin lama, anak muda semakin tidak menyadari bahwa kemabukan dan pesta pora adalah hal yang salah. Seiring dengan berjalannya waktu, anak muda semakin menganggap bahwa fenomena ini adalah hal yang biasa, dan malah seharusnya dilakukan dengan berbagai alasan, entah untuk mencari teman, pergaulan ataupun alasan-alasan yang lain. Kemabukan dan pesta pora pada masa sekarang wujudnya berupa penghamburan uang untuk kegiatan-kegiatan yang tidak penting seperti *clubbing*, dikotik, bahkan sampai kepada penggunaan narkoba yang bisa mengarah pada kematian.

Fenomena yang kedua adalah perselisihan dalam keluarga. Perselisihan dalam Galatia 5:16-21 sebenarnya memiliki pengertian yang sangat luas, namun berdasarkan tanggapan dari Andrian Tanoko, seorang pendeta di sebuah gereja di Surabaya, perselesihan yang paling sering terjadi, dan yang memiliki intensitas dampak buruk paling besar adalah perselisihan dalam keluarga, ketika anak tidak mau menghormati orang tua.

Fenomena berikutnya yang diangkat adalah seks bebas dan percabulan. Bentuk dari seks bebas dan percabulan pada masa sekarang lebih banyak mengarah pada seks bebas itu sendiri, dan pornografi. Seks bebas pada masa sekarang cenderung dianggap biasa oleh anak muda. Fenomena ini tidak lagi dianggap sebagai hal yang tabu, atau hal yang dilarang, pergeseran budaya menyebabkan hal ini terjadi. Anak muda menjadi kehilangan batasan-batasan dan nilai-nilai moral dalam hal ini. Pornografi juga sama halnya dengan seks bebas. Hal ini menjadi permasalahan yang besar bagi anak muda. Pornografi merusak masa depan suatu generasi. Banyak anak muda yang tidak sadar akan dampak dari pornografi. Meskipun banyak diantaranya yang juga sadar akan dampak buruk dari pornografi, masih banyak anak muda yang menganggap pornografi adalah hal yang biasa saja, padahal pada kenyataannya pornografi

melanggar banyak nilai-nilai moral, bahkan nilai-nilai agama.

Fenomena terakhir yang diangkat adalah penyembahan berhala modern. Penyembahan berhala dalam Galatia 5:16-21 berarti penempatan suatu benda pada tempat Tuhan. Dengan kata lain, penyembahan berhala adalah sikap mengagungkan sesuatu yang bukan Tuhan, dan menjadikannya sebagai Tuhan (hal terpenting dalam hidup). Dalam masa sekarang penyembahan berhala mengacu pada banyak hal, mulai dari barang yang dianggap penting dan tidak bisa ditinggalkan seperti telepon selular, uang, atau hal lain seperti pakaian, kecantikan, bahkan pendidikan. Hal ini tentunya bertentangan dengan nilai-nilai dalam agama, ketika seharusnya hanya Tuhan yang dipuja, malah hal lain menjadi yang utama. Demi hal-hal tersebut manusia rela melakukan apa saja, bahkan menghalalkan segala cara, bahkan yang terburuk sekalipun.

Setelah data-data yang ditemukan dianalisis, maka langkah selanjutnya adalah memikirkan konsep visual. Dalam proses pembuatan konsep visual ini juga diperlukan teori-teori yang mendasari, sehingga desain yang dibuat dapat terlihat menarik dan sangat berkaitan dengan tema yang diangkat. Teori yang dipakai dalam membuat suatu konsep visual sebenarnya diadaptasi dari teori yang dipakai dalam sastra. Sastra menjadi sangat mempengaruhi sebuah gambar jika gambar tersebut mengkomunikasikan sesuatu. Sesuatu yang dikomunikasikan tentunya membutuhkan bahasa, dan bahasa erat kaitannya dengan sastra. Jadi, sebenarnya apa yang dibuat dalam komunikasi visual masih didasari pada sastra.

Dalam perancangan ini penekanan diarahkan pada aspek gaya bahasa sebagai pembentuk visual. Hal ini dibuat karena *t-shirt* yang dirancang mengkomunikasikan sesuatu sehingga membutuhkan suatu gaya bahasa yang dapat membuat visual jadi lebih terlihat menarik. Gaya bahasa yang dipakai dalam perancangan ini adalah gaya bahasa kiasan, yang didalamnya mencakup simile, metafora, dan personifikasi. Sebenarnya kategori gaya bahasa kiasan tidak cuma empat hal tersebut, namun simile, metafora, personifikasi, dan ironi dinilai paling cocok untuk digunakan dalam perancangan ini.

Dari hasil analisa yang dilakukan, dibuat suatu konsep desain *t-shirt* grafis yang berbicara tentang fenomena-fenomena di atas. Dari empat permasalahan yang diangkat, maka dibuat beberapa konsep gambar ilustrasi, dan dari situ dipilih gambar yang paling menarik. Setelah gambar dipilih langkah selanjutnya adalah membuat sketsa atau thumbnail untuk melihat komposisi yang terbaik. Thumbnail yang terpilih kemudian dilakukan proses inking, yaitu proses penebalan garis outline pada sketsa secara manual menggunakan drawing pen, atau sejenisnya. Dari

gambar yang sudah di inking, maka dilakukan proses digitalisasi dengan menggunakan perangkat lunak Photoshop. Proses digitalisasi penting sebelum gambar akhirnya akan dicetak ke atas t-shirt. Dalam proses ini, garis outline di perbaiki menjadi lebih rapi, dan dalam proses digitalisasi dilakukan pewarnaan pada desain gambar.



Gambar 8. T-shirt yang dirancang

Dalam perancangan suatu produk, *branding* sangat diperlukan untuk mempromosikan produk tersebut. Jadi, dalam perancangan ini juga diperlukan *branding* untuk bisa meningkatkan nilai suatu produk di mata

masyarakat. *Branding* meliputi pembuatan nama *brand*, pembuatan logo, hingga perencanaan media-media yang digunakan untuk promosi. Dalam perancangan ini dibuat dua *brand*, yang pertama adalah 'Aftermath Anthem', dan yang kedua adalah 'Death By Flesh'. *Brand* kedua (Death By Flesh) digunakan sebagai sub-*brand* dari *brand* pertama (Aftermath Anthem). Alasan mengapa dibuat dua *brand* adalah untuk menanamkan sebuah citra di benak masyarakat bahwa produk yang mereka lihat, diproduksi sebagai suatu produk khusus atau spesial dari sebuah *brand* yang luas. Jadi, secara umum Aftermath Anthem sebagai *brand* fesyen anak muda mengeluarkan sebuah produk spesial yang diberi nama / *brand* 'Death By Flesh'. Masyarakat lebih percaya dengan *brand* yang besar, dan dengan adanya 'Death By Flesh' sebagai sub-*brand*, diharapkan timbul suatu kesan di masyarakat bahwa *brand* 'Aftermath Anthem' adalah sebuah *brand* yang besar, yang menawarkan berbagai macam produk fesyen, salah satunya adalah seri 'Death By Flesh'.

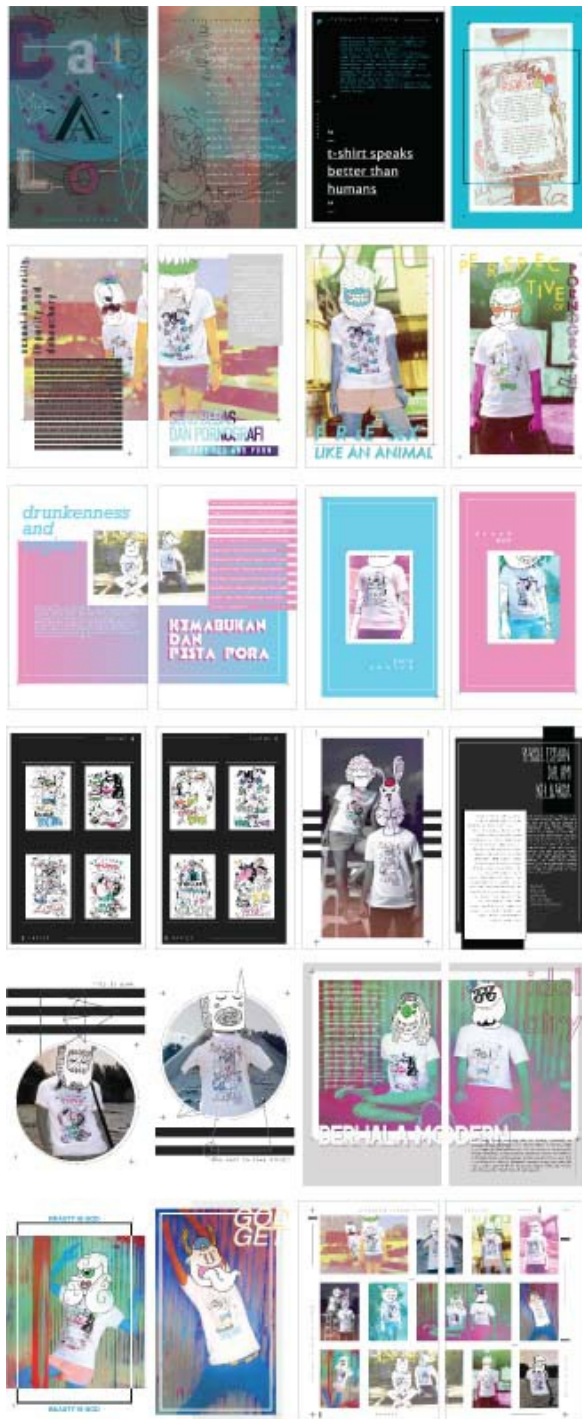


Gambar 9. Desain logo

Setelah *t-shirt* grafis dibuat, dan ditentukan *branding* untuk promosinya, maka dibuatlah media-media promosi untuk mendukung *t-shirt* grafis sebagai media utama. Media-media pendukung tersebut adalah buku katalog yang berisi fotografi *t-shirt*, poster fotografi, video teaser, website, stiker, *hang tag*, dan kemasan.



Gambar 10. Buku katalog



Gambar 11. Desain *layout* buku katalog



Gambar 12. Beberapa poster fotografi



Gambar 13. Stiker



Gambar 14. Screenshoot video teaser



Gambar 15. Hang tag



Gambar 16. Kemasan



Gambar 17. Website

Kesimpulan

Dari perancangan yang dibuat, diharapkan timbul dampak positif yang dapat menyadarkan anak muda tentang permasalahan yang ada di sekitar lingkungannya. Dipilihnya *t-shirt* grafis sebagai media yang dirancang juga diharapkan dapat membuat anak muda mau terlibat untuk menyuarakan isu-isu yang diadaptasi ke dalam *t-shirt* yang dirancang. Dalam perancangan ini, yang menjadi sasarannya adalah anak muda perkotaan dengan kriteria: suka berekspresi, memperhatikan fashion, ingin menyampaikan hal-hal positif, ingin terlihat beda, menyukai *t-shirt* grafis. Selain itu kriteria anak muda yang menjadi sasaran dalam perancangan ini adalah anak muda yang umumnya menyukai hal-hal yang *fun*, yang santai, ringan, dan tidak terlalu serius. Dalam batasan umur, anak muda yang menjadi sasaran perancangan ini adalah anak muda dengan rentang usia 15-25 tahun.

T-shirt grafis yang dirancang mengambil atau mengadaptasi nilai Kristiani dari Galatia 5:16-21, dan merelevansikannya dengan fenomena-fenomena yang terjadi pada anak muda perkotaan masa kini. Dari penelitian yang sudah dilakukan, maka dipilih empat fenomena yang marak terjadi pada anak muda perkotaan, yang relevan dengan Galatia 5:16-21. Empat fenomena tersebut adalah: seks bebas dan pornografi, kemabukan dan pesta pora, perselisihan dalam keluarga, dan sikap memberhalakan suatu benda pada masa kini. Dari ke-empat fenomena tersebut, akan dibuat dua desain per masing-masing fenomena, jadi pada akhirnya akan dihasilkan delapan desain. Setiap *t-shirt* yang dibuat memiliki filosofi pesan dan filosofi seni. Berdasarkan data yang sudah didapat bahwa anak muda cenderung menyukai *t-shirt* grafis yang *fun*, dan lucu, maka desain yang dibuat dalam perancangan ini dikemas sedemikian rupa menjadi ilustrasi yang humoris, bisa jadi memparodikan fenomena yang terjadi.

T-shirt grafis yang dirancang akan menggunakan elemen tipografi dan ilustrasi. Hal ini dinilai paling tepat untuk membuat suatu *t-shirt* grafis yang memiliki pesan di dalamnya. Sebagai *t-shirt* grafis, sangat penting untuk menonjolkan aspek seni dalam desainnya, karena anak muda cenderung melihat desain *t-shirt*-nya dulu baru melihat pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, ilustrasi yang baik harus sangat diperhitungkan dalam pembuatan *t-shirt*. Sedangkan untuk menyampaikan suatu pesan, dibutuhkan tipografi agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan cepat, jelas, dan mudah dimengerti. Gaya visual yang digunakan adalah pop art dengan menggunakan gaya ilustrasi *doodle*.

Perancangan desain *t-shirt* grafis ini menggunakan teknik visualisasi yang memadukan beberapa teknik, yaitu teknik gambar manual dan digital painting.

Teknik yang digunakan bergantung pada kebutuhan desainnya. Sebagian besar akan lebih mengarah pada teknik manual, yang kemudian disempurnakan dengan teknik digital painting. Seperti yang sudah dijelaskan bahwa secara umum ada dua teknik cetak yang marak digunakan oleh produsen, yaitu teknik cetak digital, dan teknik cetak saring (*screen printing*). Perancangan ini lebih memilih menggunakan teknik *screen printing* karena untuk memproduksi *t-shirt* grafis dalam jumlah yang banyak, teknik cetak ini dinilai lebih efisien karena biaya produksinya yang murah. Untuk jenis tinta yang akan digunakan, plastisol (dengan teknik *color spotted*) dinilai paling baik untuk digunakan pada desain yang dirancang, untuk menghasilkan sebuah *t-shirt* grafis dengan sablon yang awet dan berkualitas.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih pertama kali penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus sebagai Tuhan yang membimbing dalam kehidupan penulis, termasuk dalam melakukan perancangan Tugas Akhir (TA) ini. Yang kedua ucapan terima kasih penulis panjatkan kepada kedua orang tua yang sangat mendukung penulis dalam menjalankan perkuliahan di DKV, dan tentunya dalam mengerjakan TA ini. Karena berkat dukungan doa, semangat, hingga materi dari beliau berdua maka TA ini dapat terselesaikan dengan sempurna. Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua dukungan dari keluarga, baik dari saudara-saudara maupun dari keluarga besar.

Ucapan terima kasih yang sangat besar juga penulis sampaikan kepada dosen-dosen pengajar di Program Studi DKV Universitas Kristen Petra, yang telah dengan sabar mengajar, bahkan membimbing hingga terselesaikannya perancangan TA ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Obed Bima Wicandra, S.Sn., M.A. selaku dosen pembimbing 1 dalam proses pengerjaan TA ini.
2. Ibu Aniendya Christiana, S.Sn., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing 2 dalam proses pengerjaan TA ini.
3. Bapak Dr. Drs. Bing Bedjo Tanudjaja, M.Si. selaku koordinator penguji yang telah mendampingi proses sidang pada Sidang Evaluasi Tengah dan Sidang Akhir.
4. Bapak Daniel Kurniawan S., S.Sn. selaku penguji yang telah memberikan banyak masukan dalam proses sidang TA.
5. Ibu Elisabeth Christine Y., S.Sn., M.Hum selaku dosen penguji yang telah memberi masukan dalam proses sidang evaluasi tengah.
6. Bapak Andrian Dektisa H., S.Sn., M.Si. sebagai dosen mata kuliah seminar, yang telah membantu penulis dalam mempersiapkan proposal hingga mendampingi dengan sabar

sampai proposal TA bisa diteruskan sebagai perancangan.

Penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sangat besar kepada semua pihak yang mendukung perancangan TA ini, termasuk di dalamnya adalah beberapa pribadi yang rela untuk diwawancarai yaitu:

1. Ko Aan (Andrian Agustinus T.) sebagai pendeta gembala di satelit City Of Faith Gereja Mawar Sharon
2. Mas Surya Filadhelvia dari Messenjah
3. Mas Tjuk Guritno dari Wellborn Company
4. Ibu Lanny Herawati dari Pusat Konseling dan Pengembangan Pribadi (PKPP) Universitas Kristen Petra
5. Mas Rizky dari Wadezig
6. Mas Said dari Kamengski
7. Mas Ucok dari Cosmic

Dan masih banyak pihak-pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Termasuk di dalamnya adalah teman-teman, sahabat-sahabat, dan anak-anak Freak yang selama ini terus bersama bahkan hingga akhir dari semua ini. Termasuk di dalamnya juga orang-orang yang telah mendoakan dan mendukung hingga perancangan TA ini dapat terselesaikan

Semoga perancangan TA ini dapat berfungsi dengan sebaik-baiknya, dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan, dan dapat berguna bagi universitas dalam proses belajar mengajarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Rinto, et al. *Peluang Usaha DISTRO Meraih Laba di Usia Muda*, Jakarta: Pustaka Baru Press.
- Bahrulom, Eigen. "Kelompok-Kelompok Sosial." *Arul06agustus1990*. 2010. 13, Februari, 2014. <<http://arul06agustus1990.blogspot.com/2010/04/kelompok-kelompok-sosial.html>>
- Barclay, William. *Pemahaman Alkitab Setap Hari: Surat Galatia dan Surat Efesus*. Trans. S. Wismoady Wahono. Jakarta: Gunung Mulia, 2008.
- Damayanti, Maria Nala. *Metafora Visual*. Diklat Kuliah. 28 Februari 2012
- Dwibayu. "Kaos Polos, Identitas dan Berekspresi." *Novelthy T-shirt*. 2013. 18, Februari, 2014. <<http://rumahkaosmurah.wordpress.com/2013/07/30/kaos-polos-identitas-dan-berekspresi/>>
- Endraswara, Suwardi. *Metodologi Penelitian Folklor*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2009.
- "Evolusi T-shirt." *Babyboss* 03.12 (Maret 2010) : 26-31.
- Filadhelvia, Surya. Personal Interview. 15 Maret 2014
- "Fungsi Agama bagi Kehidupan." *Al-Asyraf*. 2010. 13, Februari, 2014.

<<http://abdain.wordpress.com/2010/04/11/fungsi-agama-bagi-kehidupan/>>

- Guritno, Tjuk. Personal interview. 21 Jan. 2014
- Hamilton, Floyd E. *The Epistle to the Galatians: a Study Manual*. Michigan: Baker Book House, 1959.
- Herawati, Lanny. Personal Interview. 13 Maret 2014
- Ian "Mengenal Doodle Art." *Design Studio*. 2012. 9, Juni, 2014. <<http://www.desainstudio.com/2012/04/mengenal-doodle-art.html>>
- Imran, Ali. "Remaja adalah Generasi Penerus Bangsa." *Kompasiana*. 2014. 18, Februari, 2014. <<http://metro.kompasiana.com/2014/01/11/remaja-adalah-generasi-penerus-bangsa--625806.html>>
- Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2010.
- Kidner, Linda, Sam Knee. *Vintage T-shirts: Over 500 Authentic Tees from the '70s and '80s*. London: Carlton Books Limited, 2006.
- Ly, Lou, Zhang Huiguang. *The T-shirt: A Collection of 500 Designs*, Rockport Publisher, 2006.
- MAGMA Brand Design, Ed. *Typoshirt One*. Barcelona: Index Book, S.L., 2010.
- Maki, Ed. *Tees: The Art of the T-shirt*. London: Laurence King, 2009.
- Marshall, Chaterine. *Roh Kudus Penolong Kita*. Trans. Sri Wandaningsih. Jakarta: Gunung Mulia, 2002.
- Mia. "Menag: Pembagian Kondom Seolah-olah Melegalisir Paham Seks Bebas." *jpn*. 2013. 13, Februari 2014. <<http://www.jpn.com/read/2013/12/04/204009/Menag:-Pembagian-Kondom-Seolah-olah-Melegalisir-Paham-Seks-Bebas>>
- Monstore. "History." *Monstore*. 2013. 6, Maret, 2014. <<http://heymonstore.com/about>>
- Nababan, Joel. "Bab V Fungsi Dan Peran Agama Dalam Masyarakat." *Joel Nababan Blog*. 14, Februari, 2014. <<http://jonaagatos.weebly.com/bab-v-fungsi-dan-peran-agama-dalam-masyarakat.html>>
- Parlindungan, Harlin. "Manfaat Alkitab Dalam Kehidupan." *Harlin Parlindungan Crushader*. 2011. 14, Februari, 2014. <<http://harlinparlindungan.blogspot.com/2011/10/manfaat-alkitab-dalam-kehidupan.html>>
- Pratomo, Angga Yudha "Basmi Tawuran, Jam Pelajaran Agama Akan Ditambah." *Merdeka*. 2013. 13, Februari, 2014. <<http://www.merdeka.com/peristiwa/basmi-tawuran-jam-pelajaran-agama-akan-ditambah.html>>
- Riyandi, Saugi. "Harga Gor Mahal Penyebab Tawuran Pelajar Marak di Jakarta." *Merdeka*. 2013. 13, Februari, 2014. <<http://www.merdeka.com/jakarta/harga-gor-mahal-penyebab-tawuran-pelajar-marak-di-jakarta.html>>
- Rizky. Personal interview. 17 Jan. 2014
- Said. Personal Interview. 13 Januari 2014
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.

“Seks Bebas di Kalangan Remaja Picu Keinginan Bunuh Diri.” *jpnn*. 2014. 13, Februari, 2014.
 <<http://www.jpnn.com/read/2014/02/03/214597/Seks-Bebas-di-Kalangan-Remaja-Picu-Keinginan-Bunuh-Diri>>

“Seks Bebas Jadi Gaya Hidup.” *Memo Arema Online*. 2013. 13, Februari, 2014.
 <<http://www.memoarema.com/31359/seks-bebas-jadi-gaya-hidup.html>>

Stott, John. *Memahami Isi Alkitab*. Trans. Paul Hidayat. Jakarta: Persekutuan Pembaca Alkitab, 1994.

Tanoko, Andrian Agustinus. Personal interview. 7 Feb. 2014.

Ucok. Personal Interview. 17 Januari 2014

Wadezig. (2014). “Jerusalem Lantern.” *Blog*. 2014. 6, Maret, 2014. <<http://wadezig.com/2014/02/jerusalem-lantern/#.UxgQayi-rBY>>

“What are Graphic Tees?” *WisegEEK*. 19, Februari, 2014. <<http://www.wisegEEK.com/what-are-graphic-tees.htm>>

Widiyanto, Danar. “Mahasiswa Dituntut Peka Masalah Sosial”. *Kedaulatan Rakyat Online*. 2014. 13, Februari, 2014.
 <<http://krjogja.com/read/201757/mahasiswa-dituntut-peka-masalah-sosial.kr>>

Wiersbe, Warren W. *Be Free: An Expository Study of Galatians*. United Sates of America: SP Publications, 1975.