edisi
31
nov 2019

Padma news

In Memoriam

Djaduk Ferianto

1964 - 2019

antara ngeng, mulur mungkret, dan ngayogjazz

9 772655 489004

DELIZIO
CAFFINO
EST. 2018

KOPI AUTHENTIC ITU SOAL ISI & RASA
KOPI AUTHENTIC ITU PAKAI
KOPI ASLI & SUSU ASLI

#BeAuthentic

Iqbaal Ramadhan

KOPI INSTAN 3IN1 PERTAMA
DENGAN KOPI ASLI & SUSU ASLI

@caffino.id

ALDAS
CONCRETE INDUSTRY
Always Give + Plus

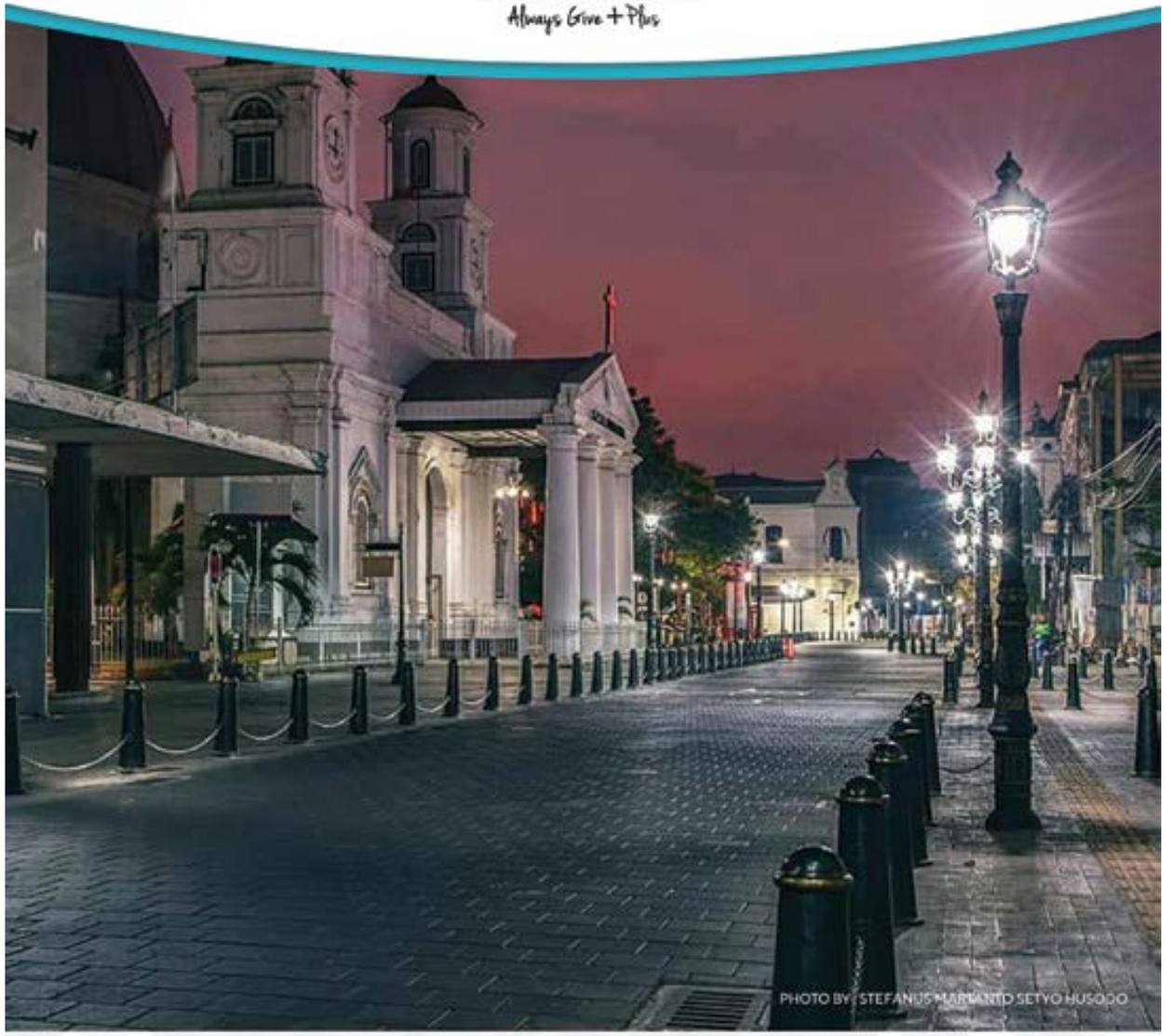


PHOTO BY : STEFANUS MARYANTO SETYO HUSODO

ALDAS CONCRETE
PT ALAM DAYA SAKTI

JL. SIMONGAN 39, RINGINTELU
SEMARANG, JAWA TENGAH

024 7601690
info@aldas.co.id
http://aldas.co.id/
@aldas_concrete

Eksplorasi Musik Djaduk Ferianto

Pembaca yang budiman,

Padmanews terbaru kembali terbit dengan berbagai liputan dan informasi yang mudah-mudahan bisa memberikan tambahan wawasan kepada pembaca.

Kami menurunkan laporan utama tentang seniman dan musikus Djaduk Ferianto, yang dalam perjalanan bermusiknya banyak mengeksplorasi segala kemungkinan bermain musik. Karya-karya musiknya telah mengantarkan laki-laki itu di level pencapaian dan reputasi penting dalam seni musik kontemporer (berbasis tradisi) di tanah air.

Kemudian kami juga berkunjung dan melihat rumah antiprivasi arsitek Revano. Ya, Reva House dari luar sangat indah, futuristik, artistik, dan megah. Tapi di dalamnya benar-benar los-losan layaknya ruang terbuka. Namun desain interiornya tetap kekinian dan futuristik, serta keren.

Sajian kami juga mengetengahkan SMK PIKA Semarang yang mengajari siswanya teknologi perkayuan dengan sangat intens. Sementara liputan jalan-jalan adalah ke Queen Victoria Market, Melbourne, Australia. Pasar bersejarah ini tak hanya dinikmati dari sisi bangunannya yang kuno, namun juga lengkap menyediakan dagangan, banyak kafe maupun food truck.

Kuliner adalah mencicipi kelezatan sate kerbau yang merupakan salah satu andalan kuliner Kota Kudus. Serta tak lupa sajian menu masakan soto Betawi. Kami juga perlu memberikan info rencana peluncuran website Perumahan Graha Padma.

Kerja berbagai liputan tersebut patut disyukuri ketika bisa tersaji dalam Padmanews edisi 31. Harapan kami majalah ini selalu berkenan bagi semua pembaca.

Z. Hendra Setiadji

Pemimpin Umum

pemimpin umum
Z. Hendra Setiadji

penanggungjawab
Chandra Nugroho Hendarto

pemimpin redaksi
Nurwindhia Buntario

redaktur pelaksana
Tarsisius Wintoro

redaktur senior
Bagas Pratomo

sekretaris redaksi
Meike Diah Kusumaningrum RS

editor
Dian Ivera

reporter
Dewi Meirina

penanggungjawab iklan
Bagas Syawaladika P
Klaudius Tri Adiputra

administrasi & keuangan
Meike Diah Kusumaningrum RS
Yuli Hartono

sirkulasi
Lie Sanders Deckcrealy Kurniawan

artistik
AngGrafis

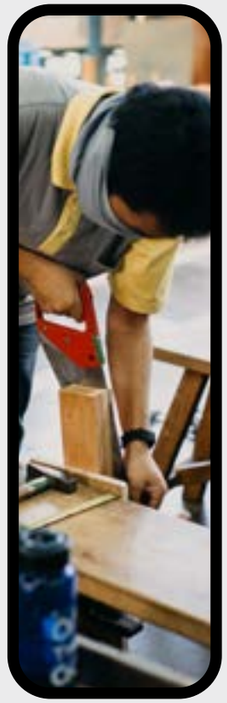
fotografi
Anggara
Enrikus Yuli
Oxi Yondi Luci

media consultant
Pancanaka Communications

alamat redaksi
Perumahan Graha Padma
Jl. Taman Anyelir L1 No.1
SemarangTelp.(024) 7620222
web : www.grahapadma.com
www.padmanews.id
e-mail : padmanews@gmail.com

GET IT ON Google Play
Scan QR Code di atas untuk unduh & instalasi Android app
GRAHA PADMA

GET IT ON Google Play
Scan QR Code di atas untuk unduh & instalasi Android app
Padma news.id



content

TERRACE 2

CONTENT 3

FIGURE
In Memoriam : Djaduk Ferianto (1964-2019) Antara Ngeng, Mulur Mungkret, dan Ngayogjazz 4

INSIDE
Solusi Marketing Cerdas, Mudah, Cepat, dan Efektif 12

EVENT
Family Fun Run 18

EVENT
Adu Ceper Semarakkan Jamnas HRV Devote Semarang 21

EDUCATION
SMK PIKA : Membentuk Ketrampilan dan Karakter Siswa 24

FOOD STORY
Enaknya Sate Kerbau Kudus 30

HOME
Reva House, Rumah Antiprivasi 32

TIPS
Soto Betawi 34

TRAVELLING
Queen Victoria Market Melbourne 38

ART
Art Jog MMXIX : Art Fair Rasa Festival 42

FILM
Star Wars 9 : Akhir Saga Skywalker 48

In Memoriam

Djaduk Ferianto

1964 - 2019

Antara *Ngeng*, *Mulur Mungkret*, dan Ngayogjazz

Sosok laki-laki berewokan dengan postur tinggi besar itu sudah “mencegat” kami di pelataran parkiran di kompleks Padepokan Bagong Kussudiardjo siang itu. Tertawanya lepas, sebebas karya-karya musiknya yang telah mengantarkan laki-laki itu di level pencapaian dan reputasi penting dalam seni musik kontemporer (berbasis tradisi) di tanah air.

G. Djaduk Ferianto nama laki-laki tersebut. Pada sebuah siang yang cukup terik itu, kami berbincang dengan penuh keriangan dan canda selama sekitar 3,5 jam. Ruang tamu di salah satu bagian dari padepokan di bilangan Kembaran, Kasihan, Bantul, D.I. Yogyakarta menjadi begitu *regeng* (hidup) karena penuh gelak tawa selama sesi wawancara.

Di balik gaya bicaranya yang penuh humor, ada sekian banyak keseriusan dalam substansi obrolannya. Ada banyak imajinasi dan mimpi besarnya sebagai musisi yang telah lama berproses. Perca-perca gagasan membuncah di sela ucapannya yang penuh semangat. Pilihan hidup sebagai musisi telah dijalaninya lebih dari empat dasawarsa.

Figure

Ini kalau mengacu pada rintisan awal ketika Djaduk bersama Kelompok Rheze yang tahun 1979 menjuarai Festival Musik Humor Tingkat Nasional. Dia bersama teman-temannya di SSRI (Sekolah Seni Rupa Indonesia) Yogyakarta seperti Bimo dan Restu Agus Alim berhasil mengalahkan saingannya. Mereka antara lain Frans (pendiri grup dangdut Ken Arok, Salatiga) menjadi Juara 3, dan Juara Harapan 3 Virgiawan Listianto. Anak ini kelak populer dengan nama Iwan Fals.

Kerja kreatif Djaduk yang kelahiran Yogyakarta, 19 Juli 1964 tampaknya tidak lepas dari spirit kerja kolektif. Artinya, dia tidak bisa bekerja—misalnya—seperti seorang pelukis yang berkarya secara tunggal atau sendirian. Bermusik adalah berkarya dengan bekerjasama secara langsung dengan banyak orang. Kesadaran seperti inilah yang mendasari Djaduk untuk mendirikan kelompok musik. Pada usia muda, setelah Kelompok Rheze, dia sempat mendirikan Kelompok Musik Kreatif Wathathitha. Bertahun-tahun kemudian, bersama dengan kakak kandungnya, aktor Butet Kartaredjasa dan musisi Yogyakarta, Purwanto, mendirikan Kelompok Musik Kua Etnika pada tahun 1995. Seperti namanya, kelompok musik ini berkonsentrasi pada upaya eksplorasi atas musik-musik etnik dan disajikan dengan pendekatan modern. Dalam bahasa Latin, kata *"qua"* berarti "semu". Jadi kira-kira Kua Etnika itu "tidak sepenuhnya menampilkan aspek musik etnik secara murni".

Menurut Djaduk, Kua Etnika lahir dari kegelisahannya sebagai orang Jawa yang tidak ingin terbelenggu oleh kejawaannya. Orientasinya pada persilangan budaya dalam hal musik. Ada persimpangan dengan hal yang menggelisahkan, dan ini menjadi titik menarik untuk menyerap musik dari luar. Sekarang ini ada istilah *hybrid* atau kurang lebih berarti percampuran kultural. Ketika ada musik *diatonic* dan *pentatonic* yang sulit *nyambung*, maka Djaduk melihat bahwa justru di situlah ada tantangan dan magma kreatif yang harus dipertemukan.

Dalam musik, dalam tuturan Djaduk, ada konsep gelombang—yang dalam dunia gamelan dikenal dengan istilah *kembang lingsem*. Ini soal "standardisasi" yang tidak pasti. Penuh relativitas. Semua bergantung pada siapa yang membuat gamelan. Standar dalam musik itu impor dari Barat yang dibawa oleh musik gereja dan musik pop. Disebut *diatonic* karena ada solmisasi dan konsep 4-4-0. Sementara di Indonesia, antara bas yang ada di Papua, dengan bas di Jawa bisa berbeda karena tergantung pada *"ngeng"*-nya masing-masing yang berbeda-beda.

Pada dimensi perbincangan yang lain, suami dari Petra ini menganalisis bahwa orang Barat itu memandang musik seperti matematika. Ya, karena susunan solmisasi seperti sistem harmoni yang terstandarkan. Maka tak heran bila orang seperti Ludwig van Beethoven yang tuli bisa membuat karya musik, karena dia bisa membaca not balok yang sudah terstandarkan. Ini beda dengan yang terjadi di Timur (Asia, termasuk Indonesia) yang tergantung pada *"ngeng"* yang berbeda-beda. Nah, di sinilah muncul kelebihan orang Timur yang bisa menghadirkan rasionalitas dan emosionalitas dalam waktu yang berbarengan. Ini semacam konsep gelombang. Maka, misalnya, bila orang Indonesia membuat janjian untuk bertemu pada besok hari. Maka ini bisa berarti besok atau tiga tahun lagi. Tapi kalau orang Barat ya besok ya betul-betul besok. "Itu kelebihan sekaligus kekurangan kita orang Indonesia," kata Djaduk.

Mulur Mungkret dan Spirit Ngayogjazz

Dalam rentang waktu yang tidak berjauhan, pada tahun 1997, putra bungsu pasangan koreografer legendaris Bagong Kussudiardjo dan Sutiana (almarhum) ini mendirikan grup musik Orkes Sinten Remen. Kata-kata *sinten remen* diambil dari bahasa Jawa Krama Inggil (halus) yang berarti "siapa suka". Grup ini dijadikan sebagai medium bagi Djaduk dan kawan-kawannya dalam melakukan penjelajahan olah musik keroncong. Antara Kua Etnika dan Sinten Remen, personilnya nyaris sama. Bagi Djaduk, ini soal visi dan misi bermusik yang sama. Juga keselarasan antarpersonal yang baik yang niscaya akan nyambung dengan pencapaian artistik dalam bermusik.

Sinten Remen sendiri sebetulnya tak lepas dari sejarah kreatif Djaduk yang berproses di musik keroncong dengan teman-teman kuliahnya di STSRI "ASRI" (Sekolah Tinggi Seni Rupa Indonesia). Waktu itu ada grup keroncong Soekar Madjoe yang antara lain dimotori oleh seniman patung Win Dwi Laksono. Djaduk menjadi pemain generasi kedua dari kelompok tersebut. Dia masuk kuliah di STSRI "ASRI" tahun terakhir

karena setahun kemudian, tahun 1984, lembaga pendidikan itu berubah menjadi kini Fakultas Seni Rupa ISI (Institut Seni Indonesia) Yogyakarta. Dan Djaduk tidak lulus kuliah di almamaternya itu.

"Saya beruntung kuliah di STSRI "ASRI". Tradisi lisan di kampus STSRI sangat berpengaruh bagi proses kesenimanan saya. Andaikan saya masuk ke kampus lain seperti ASTI (Akademi Seni Tari Indonesia), mungkin tak akan bisa seperti sekarang karena di sana suasananya feodal. Di ASRI tradisi kritik karya dalam kelas sangat baik, jadi ruang diskusi yang menarik dengan metode pengajaran gaya sanggar yang demokratis. Tapi ketika jadi ISI dengan mengambil dosen dari kampus lain, maka tradisi egaliter sudah mulai terkikis," tutur Djaduk.

Pengalaman dalam studi formal yang tidak tuntas itu sedikit banyak memberi bekal pada perjalanan kreatif Djaduk dalam bermusik. Dan dalam prakteknya, berbagai hal, kebaruan, pendalaman, penggalian persoalan dan banyak pengalaman artistik ditemuinya. Itu sungguh mengayakannya. Banyak orang dengan berbagai disiplin ilmu dan ketertarikan pernah ditemuinya. Dan itu menambah energy dan perluasannya dalam bermusik.

Suatu ketika, sekitar tahun 1990-an menemui Mansour Fakih, direktur Oxfam—sebuah LSM yang kantor pusatnya di Inggris. Pada saat yang sama, *ndilalah* Djaduk ketemu bos produsen sepatu *Clark* yang juga sedang bertamu di kantor Mansour. Bos itu begitu terkesan, dan menyatakan betapa posmodernisnya karya musik Djaduk.

Waktu itu Djaduk terkesan dengan salah satu istilah "kunci" yang populer dalam perbincangan perihal posmodernisme, yakni: menembus ruang dan waktu. Waktu bisa dimain-mainkan. Dalam konteks itu, orang Jawa dikatakan lebih posmo ketimbang orang Eropa. Ini seperti ilmu *mulur mungkret* (kira-kira: tarik ulur). Durasi musik bisa berbeda karena konsep *mulur mugkret* itu. Inilah yang menguatkan konsep kreatif Djaduk dalam bermusik yang sudah dibilang posmodernis.

Dalam kesempatan berbeda, Teater Gandrik mendapat kesempatan pentas di Festival Teater ASEAN di Singapura. Butet, kakaknya, sebagai sutradara, dan Djaduk tampil sebagai penata musik. Ada juga forum seminar yang pembicaranya adalah Bakdi Sumanto, dosen UGM. Bakdi menyebut bahwa Gandrik sudah seperti konsep Berthold Brecht yang berpihak pada aspek kerakyatan. Cara bertindaknya sehari-hari pun juga sangat posmo. Ini mengejutkan kru Gandrik sendiri—termasuk Djaduk. Mereka selama ini hanya mafhum bahwa yang dianggap teater posmo di Indonesia (waktu itu) ya Teater SAE-nya Budi S. Otong dan Afrizal Malna. Migrasi Ruang Tamu, dan lainnya.

Bakdi tidak menjawab pertanyaan anak-anak Gandrik saat di Singapura. Tapi saat kembali di Yogya. Kata Bakdi, ketidaktahuan orang-orang Gandrik atas konsep teater posmo itulah yang justru menjadi kelebihan. Dengan ketidaktahuan itu maka personil Gandrik tidak berpretensi apapun. Pretensi untuk mengklaim diri sebagai posmo itulah kelemahannya. Dan Gandrik berada dalam ketidaktahuan tentang posmo, maka, posmonya jadi lebih natural.

Lalu soal musik. Musik itu bukan sekadar pementasan di atas panggung. Mengorganisasi sebuah peristiwa itu juga sebuah karya. Ngayogjazz juga serupa dengan itu. Djaduk sempat ngobrol dengan arsitek *cum* seniman, Eko Prawoto—lulusan Universitas Berlague, Belanda. Waktu saat Djaduk membangun rumah. Dia jadi tahu tentang arsitektur. Arsitektur bukan sekadar bangunan masif, bukan tentang menyampur bahan bangunan, tapi juga tentang

upaya menyelaraskan bangunan dengan banyaknya pohon, teras-teras tanah, hingga sumber air di sekitarnya.

Inilah yang menginspirasi lahirnya Ngayogjazz. Ketika seniman sibuk berkarya, mereka lupa, siapa sih pendukung produk karyanya? Ya, inilah spirit kelahiran Ngayogjazz yang dibangun pertama kali oleh Djaduk tahun 2007. Kegelisahan ini terjadi ketika dia berada di studionya (waktu itu) di kampung Kersan, Ngestiharjo, Bantul. Modal dalam industri musik itu jauh lebih besar ketimbang seni rupa. Ngayogjazz menjadi seperti forum untuk para musisi baru dalam mempromosikan diri. Forum ini membantu menyiapkan masyarakat pendukung produk seninya. Masyarakat jadi memiliki pengetahuan tentang musik.

Ngayogjazz terus bertahan—bahkan makin populer—hingga kini. November 2019 Ngayogjazz kembali akan dihelat di dukuh Kwagon, desa Sidorejo, kecamatan Godean, Sleman. Padahal Djaduk merasa bahwa *event* itu mulai monoton dan secara kreatif perlu dirombak besar-besaran. Dia rencananya akan menggelar FGD (Focus Group Discussion) yang serius untuk menyerap masukan yang kelak diterapkan bagi Ngayogjazz.

Apapun, Djaduk Ferianto telah mencoba membangun karya dan monumen kreatif bagi dunia musik yang dicintainya. Juga bagi kelima anaknya: Iduberga Gusti Arirang (vokalis grup band Tashoora), Karola Ratu Hening, Gallus Presiden Dewagana (satu-satunya anak lelaki), Kandida Rani Nyaribunyi, Rajane Tetabuhan. *** (**Kuss Indarto**, *penulis seni, tinggal di Yogyakarta*)

grahapadma.com
Website Interaktif
Graha Padma

Solusi Marketing Cerdas, Mudah, Cepat, dan Efektif

''DULU, ketika akan berangkat kerja dan bersiap menemui klien atau calon pembeli rumah/ruko, saya harus sudah menyiapkan berkas-berkas ke dalam tas. Jumlahnya setumpuk. Tasnya penuh sesak,'' kata Nurwindhia Buntario, Marketing Manager PT Graha Padma Internusa, kepada PadmaNews, sembari terkekeh mengenang masa itu.

Setelah bertemu klien, Nur, begitu dia akrab disapa, akan menanyakan apa yang diinginkan. Nur biasanya langsung menunjukkan brosur-brosur yang berisi produk-produk Graha Padma. Seperti Cluster Taman Anggrek, Taman Lavender, Taman Rafflesia, Taman Alamanda, Taman Avonia, Taman Adenia, Taman Anyelir, Taman Grandis, dan Cluster Taman Magnolia.

''Jika ternyata klien ingin membeli ruko, saya tunjukkan brosur lengkap commercial area. Setumpuk brosur yang saya sebutkan tadi, saya masukkan ke dalam tas. Kemudian saya ganti brosur tentang ruko.''

Biasanya, klien akan bertanya di mana lokasi rumah atau ruko yang akan dia beli. ''Yang ini, lokasinya di mana ya?'' Kemudian Nur menunjukkan peta kawasan. ''Ini lokasi ruko yang Bapak inginkan ada di blok ini. Setelah itu saya akan menjelaskan speknya, dsb,'' jelasnya.

Kadang, rencana pembelian ruko itu batal gegara hal-hal sepele dan ironisnya tidak ada kaitannya sama sekali dengan bisnis properti. Baik itu spek bangunan, lokasi tanah, harga, dsb.

''Kadang sudah susah-susah janjian ketemuan dan susah payah mencari waktu yang tepat untuk bertemu klien, serta sudah memberikan penjelasan secara detail sehingga klien benar-benar paham, namun hal-hal yang di luar teknis kepropertian malah menggagalkan usaha petugas marketing seperti saya ini,'' kata Nur sembari terkekeh.

Di era Revolusi Industri 4.0 semua sudah berubah. Di mana dunia benar-benar ada dalam genggaman setiap orang. Maka cara-cara marketing begitu sudah kuna dan tidak relevan lagi.

''Zaman sudah berubah. Semua bergerak cepat. Orang sudah kebanyakan mager alias males gerak. Pengin semuanya tersaji dalam waktu cepat dan tepat, di hadapannya, di genggamannya. Seperti Bandung Bondowoso dan Aladin. Simsalabim abrakadabra.

Demikian pula dalam dunia marketing. Saya memahami itu,'' kata Z. Hendra Setiadji, Dirut Graha Padma Internusa (GPI), perusahaan induk semang Perumahan Graha Padma yang berlokasi di Kawasan Jl Hanoman, Krapyak, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia.

Pimpinan perusahaan pengembang perumahan yang berdiri pada 23 Desember 1991 itu kemudian berfikir bagaimana memudahkan calon buyer Perumahan Graha Padma untuk mengetahui seluk beluk produk properti yang akan dibelinya.

Ini era genggaman, era smartphone. Maka salah satu jalan tol yang tepat adalah membuat website (situs di internet). Dengan membuka situs tersebut, para marketer sebagai kepanjangan tangan dari manajemen dapat menjelaskan kepada masyarakat luas, terutama calon buyer, tentang produk apa saja yang bisa mereka miliki di Graha Padma.

Manajer marketing dan staf-stafnya tidak perlu lagi menjelaskan product knowledge Graha Padma kepada calon buyer dengan cara konvensional dan tentu saja manual. Misalnya, dengan membentangkan site plan Graha Padma, petugas marketing akan menjelaskan kepada klien bahwa luas lahan Graha Padma ada 347 hektare. Tahap pertama yang digarap sekitar 120 hektare, tahap kedua sekitar 200 hektare, dan tahap ketiga seluas 27 hektare.

''Terlalu lama, terlalu memakan waktu, bertele tele, dan tidak efektif. Terutama bagi calon buyer yang sebenarnya hanya butuh informasi produk yang dia inginkan namun dia sangat sibuk bahkan super sibuk,'' katanya.

Jawabannya hanya satu, Graha Padma harus punya website atau situs. Yakni, halaman situs sistem informasi yang dapat diakses secara cepat oleh masyarakat di seluruh dunia. Di mana ada peranti gadget, baik desktop, laptop, ipad, dan smartphone dan koneksi internet, maka web itu bisa diakses siapa saja dan di mana saja.

Web Interaktif

Namun Hendra tidak ingin situs tersebut adalah situs mati, hanya berupa copas dari brosur produk-produk Graha Padma. Masyarakat memang bisa mengakses dan berselancar di dalam situs untuk mengetahui apa saja produk Graha Padma, namun tidak bisa berkomunikasi dengan petugas marketingnya.

''Situs itu harus interaktif. Masyarakat bisa tak hanya mengetahui product knowledge Graha Padma namun bisa berdialog langsung dengan petugas marketing. Tak hanya itu, data yang tersaji di situs itu juga harus realtime.''

Misalnya, rumah dan ruko mana saja yang sudah terjual mana yang belum. Setelah menentukan pilihan, buyer juga akan diberi informasi apa saja hak dan kewajibannya. ''Di situs itu juga harus tersedia informasi sistem pembayarannya jika akan membayar dengan cara mengangsur. Di sana juga harus tersedia skema pembayaran dari beberapa bank, sehingga calon buyer benar-benar diberi informasi yang lengkap, mudah, dan pasti,'' ujarnya.

PR Virtual

Gagasan besar Hendra Setiadji itu kemudian dijabarkan Tim internal PT. Graha Padma Internusa yang terdiri dari Direksi dan para Manager.

''Untuk menjabarkan ide Pak Hendra tersebut, kami kemudian membuat konsep kreatif dan konten website baik itu berupa teks maupun foto / video. Setelah berdiskusi intens, akhirnya mengerucut konsep smart website yang menggendong tiga keunikan unggulan yaitu pertama 'Interactive Discover', sebuah fitur yang memudahkan pengunjung melihat site plan perumahan dan cluster berikut data terkini yang menyertai seperti kavling siap jual, kavling laku dan terpesan. Lalu keunikan unggulan kedua adalah modul Estate Management, yaitu sebuah fitur untuk melayani warga penghuni perumahan mulai dari informasi tagihan iuran, info lingkungan dan info-info penting lainnya. Terakhir, keunikan unggulan ketiga adalah modul Padmanews yang berisi website majalah "Padmanews", berita lingkungan perumahan, data dan agenda The Club / Dacon.

Untuk mewujudkannya, kami kemudian menggandeng vendor, yakni Wahana Komputer Semarang. Maka jadilah sekarang corporate website dengan alamat domain www. grahapadma. Situs itu menjadi official resmi PT Graha Padma Internusa,'' jelas Tarsisius Wintoro, Staf Ahli Direksi bidang Promosi dan Nurwindhia Buntario saat ditemui di kantor Wahana Komputer Jl MT Haryono 637 Semarang.

Wintoro dan Nur kemudian meminta Sigit Wasi Wasisto, IT Manager Wahana Komputer Semarang, untuk membuat situs grahapadma.com itu berisi konten yang eye catching (menarik), kreatif, selalu update, info-info seputar produk Graha Padma harus real time.

''Kami terjemahkan ide-ide Pak Hendra itu ke dalam bentuk situs yang tidak sekadar berisi teks atau narasi informasi, monolog, namun bisa berdialog. Website grahapadma. com itu ibarat humas atau public relations (PR) virtual Graha Padma sebelum bertemu empat mata dengan PR officer atau

com ini sudah kami launcing Desember 2018 silam,'' ujarnya.

Promosi Kekinian

Sigit Wasi Wasisto, IT Manager Wahana Komputer Semarang menyatakan, intisari dari ide website grahapadma. com adalah bagaimana web ini bisa menjelaskan kepada publik apa saja keunggulan dan kelebihan produk Graha Padma, dengan semudah-mudahnya, real time dan interaktif.

''Intinya, promosi yang kekinian. Maka kami terjemahkan keinginan Pak Hendra dengan membuat web profil. Di mana warga Graha Padma juga harus mendapat benefit dari web ini. Antara lain ada informasi servis purna jual. Jadi ada fungsi internal (warga) dan eksternal (calon buyer dan masyarakat),'' jelasnya.

Sehingga di dalam web grahapadma. com ada sejumlah fitur yang sangat bermanfaat bagi siapa saja. Seperti marketing officer beneran.''

Nurwindhia Buntario menambahkan, media promosi di era Revo 4.0 ini memang harus ditambah. Media promosi outdoor seperti baliho, spanduk, di media massa mainstream seperti cetak (koran, makalah, buletin, dll), elektronik audio, dan audio visual (situs-situs berita, radio dan TV), memang masih tetap ada. Namun di era digital ini, memiliki website atau situs corporate adalah sebuah kebutuhan yang tak terelakkan.

''Website grahapadma.com ini benar-benar mendukung dan memudahkan pekerjaan tim marketing. Apalagi dalam web interaktif grahapadma.com ini, semua informasi yang dibutuhkan masyarakat bisa terkoneksi dengan petugas marketing. Website grahapadma.

About Us, Our Product, Facilities, EM, Career, Padmanews, Contact.

''Di Our Product ada Residental Area, Commercial Area, Interactive Discover, hingga Info KPR. Di Facilites ada The Club, daCon, Sarana Pendidikan, Sarana Peribadatan, Play Ground, Jogging Track, Penerangan Jalan, Fly Over, Rumah Pompa, dan Taman Rusa.''

Di EM (Estate Management) ada Customer Service, Security, Layanan Pengelolaan Sampah, Layanan Kebersihan, hingga Layanan Renovasi Rumah. Di Career ada Info Lowongan Pekerjaan, Form Lamaran Pekerjaan, dll.

''Jika kurang puas, publik bisa kontak Marketing Jl Taman Anyelir L1 No 1 – Perumahan Graha Padma Kel Tambakharjo, Semarang Barat 024-7620222 atau langsung WA petugas marketing 082134568256 (Bagas), 08989739376 (Wiwik), 081901168258 (Devina), 08164242725 (Ina), 08122917718 (Dian),'' tandasnya.

Bagas, salah seorang marketing Graha Padma menyatakan sangat terbantu dengan website grahapadma.com. ''Sekarang mah agak santuy. Tidak perlu sebar brosur-brosur lagi. Cukup bawa gadget bisa bekerja 24 jam. Biasanya orang yang menerima brosur, kemudian mengatakan: Nanti saya pelajari ya. Namun dengan web interaktif ini, saya dimudahkan dalam banyak hal,'' ujarnya. (ali)

indahnya **berbagi** dalam *Family Fun Run*

Irwan Wiranto (58), masih berdiri di depan panggung. Seolah tak tampak rupa lelah di wajahnya. Keringat telah kering. Padahal pria dengan rambut yang sudah banyak memutih ini baru saja mengikuti kegiatan lari bertajuk Family Fun Run di kompleks Perumahan Graha Padma, Semarang, Minggu (1/9), pagi.

“Menggembirakan,” selorohnya sembari tersenyum dengan menyipitkan mata.

Warga Citarum Kota Semarang ini mengaku datang bersama istrinya mengikuti kegiatan menjaga kebugaran yang menyehatkan itu. Selain itu juga dia mendaftar bersama teman-teman dari komunitas lari yang diikutinya.

Bagi dia yang telah memiliki usia lanjut, kegiatan itu amat sangat penting. Bukan soal kompetisi, melainkan kegembiraan yang dirayakan bersama-sama dalam satu momen.

Lebih jauh, dia melihat sebuah pluralisme terbentuk dalam kegiatan itu seperti sebuah diagram venn. Menyatukan beragam warna kulit, agama, dan mini pluralisme yang lain. Sebab kegiatan diikuti tak hanya oleh warga perumahan Graha Padma, namun juga komunitas-komunitas di luar itu.

“Aman tidak ada kendala saat lari tadi. Karena bukan kompetisi ya. Kita asyik-asyik bersama. Harapan saya akan ada banyak kegiatan. Bisa rutin nantinya,” ujar Arsitek itu yang juga pernah menggarap beberapa pekerjaan di kompleks Perumahan Graha Padma itu.

Kurang lebih 675 orang mengikuti Family Fun Run tersebut. Mereka terdiri dari anak-anak, perempuan dan laki-laki dewasa, serta lansia. Gelaran itu disebut sukses karena menarik banyak perhatian khalayak.

“Fifty-fifty untuk pesertanya. Dari eksternal warga perumahan Graha Padma dan eksternal,” kata Agustinus Hadyan Astupradhika (Dhika) , ketua panitia kegiatan.

Dhika menyebut, acara tersebut murni sebagai kegiatan sosial (charity). Dana yang terkumpul akan disumbangkan untuk sekolah TK dan SD Pangudi Luhur Vincentius, Purwosari, Semarang.

“Jadi sambil lari, peserta menyampaikan dana sesuai kemampuan yang bisa dikumpulkan masing-masing. Intinya pada pendanaan camp Catholic Family Ministry (CFM),” ujarnya.

Dengan konsep kegiatan tersebut, maka jadilah sebuah konsep run yang menyenangkan dan menggembirakan. Sebab diselingi kegiatan seperti senam zumba, penampilan tarian dari SD PL Vincentius, hingga penampilan musik band.

“Selain untuk kebugaran, jadi run-nya dapat, charity dapat, entertainmentnya juga dapat,” jelasnya.

Vemmy, pembina kegiatan merasa bersyukur dapat bergabung dengan orang-orang yang memiliki hati. Mereka yang berusaha ada untuk sesama dengan mencari dan memberikan donasi untuk kegiatan sosial yang dikemas dalam Family Fun Run tersebut.

“Ada kerinduan akan berbagi oleh para peserta Family Fun Run ini. Padahal peserta ini bukan para atlet pelari. Tapi luar biasa mereka, orang-orang yang punya hati. Harapannya ke depan akan terus berjalan. Fokusnya ingin berbagi,” lanjutnya.

Diterangkannya, Family Fun Run bukanlah kegiatan yang dilakukan ahlinya. Rutenya pun hanya dilakukan di dalam kompleks perumahan. Kegiatan dengan segmen keluarga ini untuk berbagi kegembiraan bersama yang dikemas sedemikian rupa. (ari)

di Graha Padma

adu ceper

Semarakkan Jamnas HRV Devote Semarang

Semula orang-orang itu berteduh. Duduk berbincang satu sama lain di bawah pohon, dan berteduh di atas bayangan gedung-gedung dan tenda-tenda. Tepat pukul 15.00, mereka berkerumun di depan panggung Disk Jockey (DJ).

Lewat pengeras suara ada aba-aba kompetisi adu ceper mobil atau limbo akan segera dimulai, di kompleks The Club, Perumahan Graha Padma Semarang, Sabtu (24/8) lalu. Belasan mobil dari berbagai kategori sudah siap berbaris satu per satu untuk penjurian melewati pengukur ketinggian mobil.

“Sudah mau mulai nih Limbonya,” terang Faroq Haidar, anggota HRV Devotee Indonesia chapter Semarang.

Satu per satu mobil melewati alat pengukur dalam penjurian. Mereka akan dinilai di setiap masing-masing kategori. Di antaranya kategori mobil sedan, MPV, city car dan lain-lain.

Banyak kamera menyorot mobil-mobil modifikasi itu. Penggemar otomotif berkumpul. Peserta dari berbagai klub mobil atau modifikasi dari Semarang dan kota-kota sekitar. “Aturannya saat penjurian, mobil boleh diisi maksimal lima penumpang. Tidak boleh lebih. Tidak boleh pake velg standar. Mobil tidak boleh didorong (harus menggunakan mesin). Untuk kategorinya ada banyak ya,” terang salah satu juri melalui pengeras suara.

Satu per satu mobil melintas dengan modifikasi deru knalpot brong yang memekakkan telinga. Ada mobil tua seperti Toyota Kijang, ada pula mobil-mobil MPV baru seperti Daihatsu Xenia. Dan banyak merek-merek mobil lainnya.

Kompetisi itu merupakan salah satu bagian dari kegiatan Devoteenation 2019, Jambore Nasional ke empat komunitas mobil HRV Devotee Indonesia (HDI). Di mana Semarang menjadi tuan rumah, dan diselenggarakan di The Club Graha Padma.

Ketua umum HDI Dimas Hardiansyah menerangkan dalam jambore nasional itu setidaknya diikuti seratusan mobil dari banyak chapter se-nusantara.

“Paling jauh ada dari Balikpapan, ada juga Padang,” katanya.

Dia mengatakan, untuk lebih menyemarakkan kegiatan maka diadakan kompetisi-kompetisi modifikasi mobil. Tidak hanya dari HRV namun juga untuk merek-merek mobil lain.

“Supaya lebih ramai lebih menarik kita gandeng komunitas dan klub-klub modifikasi itu untuk berkompetisi di sini,” jelasnya.

Lebih jauh, dia juga telah menyiapkan rencana untuk jambore nasional tahun depan. Ia menarget kegiatan akan dilakukan di Jakarta dengan melibatkan lebih banyak peserta lagi.(Ari)

SMK PIKA
Membentuk Ketrampilan dan Karakter Siswa

Iva nampak tekun mengerjakan pengamplasan pigura yang dipegangnya. Tangan kanannya maju mundur dengan lembut mengamplas tepi pigura. Ketika dirasa sudah cukup halus, dia kemudian menghampiri guru pembimbing untuk memeriksakan pigura lukisan viner.

Namun ternyata oleh gurunya, bagian tengah lukisan dinilai belum halus. Iva kemudian kembali ke meja kerjanya, mengambil mesin pengamplas, dan kemudian mulai memperhalus bagian tengah lukisan itu. Iva merupakan salah satu dari sekian siswa kelas dua yang sedang praktek di bengkel kerja SMK PIKA, yang beralamat di Jalan Imam Bonjol 96 Semarang.

Teman-temannya yang lain juga sedang mengerjakan berbagai produk buatannya. Sementara di sisi bengkel lain para siswa kelas satu sedang berlatih melakukan pekerjaan kayu dasar. Mereka ada yang sedang menggergaji, mengetam, atau membuat lubang.

Kakak kelas mereka yang kelas tiga sudah terbagi dalam beberapa grup yang masing-masing membuat satu set perabot. Mereka sudah diperbolehkan menggunakan berbagai mesin modern yang dimiliki PIKA. Itulah kegiatan sehari-hari para siswa.

Menurut Kepala SMK PIKA Bruder FX Marsono SJ MPd yang didampingi Waka Bidang Hubungan Mayarakat dan Industri St Dwi Hartanto SE MPd, fokus PIKA adalah pendidikan. Jadi PIKA yang dahulu masih ke produksi, training, pendidikan, sekarang fokus ke pendidikan. Ada dua unit, yakni Akademi Teknik PIKA yang punya dua jurusan, Teknik Furnitur dan Desain Interior. Satunya SMK dengan satu jurusan yakni Teknik Furnitur.

Unit Produksi sekarang ada di bawah SMK. Sehingga konsep *teaching factory* sekarang berjalan, sehingga para siswa bisa terlibat langsung dalam proses produksi. Integrasi antara dunia industri dan dunia pendidikan bisa berlangsung.

Di SMK PIKA kepala sekolah dibantu enam wakil kepala sekolah, yang masing-masing mengurusi kurikulum, kesiswaan, bengkel pendidikan, sarana prasarana, hubungan masyarakat, dan unit produksi. Kurikulum menangani segala sesuatu tentang sistem pembelajaran. Kesiswaan berfungsi pada pembentukan karakter siswa. Bengkel pendidikan berkaitan dengan pembelajaran yang 50 persen praktek.

Setiap tahun SMK PIKA menerima 60 anak. Selama tiga tahun siswa menerima pendidikan di sekolah, kemudian tahun keempat magang di perusahaan mebel. "Tahun ini kami punya partner 20 perusahaan tempat siswa praktek kerja industri. Wilayahnya tersebar dari Jakarta sampai Surabaya. Mayoritas atau sekitar 50 persen masih di Semarang. Para siswa akan magang selama enam bulan," kata Bruder Marsono.

PIKA punya relasi yang baik dengan dunia usaha dunia industri (DUDI). Sebelum magang, siswa dibekali kemampuan menggunakan mesin auto CAD (menggambar desain produk dengan komputer) dan mesin CNC. Tiga bulan dilatih, kemudian dikirim ke tempat magang.

Bruder Marsono SJ, MPd

Kemudian siswa juga dilatih membuat surat lamaran pekerjaan ke perusahaan, setelah humas menghubungi industri. Bahkan banyak perusahaan yang mengontak PIKA agar siswa magang di perusahaan mereka. Info ini lalu disosialisasikan ke siswa, kemudian siswa membuat lamaran, lalu dipersiapkan MoU antara siswa dan perusahaan. Pekerjaan nanti sesuai dengan bidang siswa. "Mereka tidak akan disuruh membuat kopi atau kirim surat".

Setelah magang, para siswa akan membuat laporan seperti skripsi. Siswa didampingi dua guru, yang mengawal sisi teknis dan tata bahasa. Mereka dibimbing sampai selesai membuat hasil magang dan kemudian diuji. Kemudian mereka akan dites oleh sekolah dan perusahaan. Hasilnya? Ada yang langsung direkrut. Masa enam bulan itu menjadi masa anak mengenal perusahaan, tetapi juga menjadi masa perusahaan untuk mengenali siswa yang bersangkutan.

Sangat Terbatas

Memang Teknik Furnitur SMK PIKA masih sangat terbatas, sehingga lulusannya sangat dibutuhkan oleh industri mebel. "Sebelum wisuda saya bahkan biasanya menyediakan aula untuk perusahaan melakukan perekrutan siswa di tempat. Perusahaan presentasi dan langsung melakukan rekrutmen," katanya.

Namun begitu PIKA mensyaratkan bahwa kondisi kerja di perusahaan perekrut harus lebih baik daripada Unit Produksi PIKA, supaya anak ada yang baru untuk dipelajari. Sehingga selain bekerja, anak kemudian memang bisa belajar dengan lebih baik.

Mayoritas lulusan bekerja di tiga kota besar, Surabaya, Jakarta dan sekitarnya, dan di Semarang. "Sebenarnya tahun lalu ada yang hendak diterima sebuah perusahaan di Austria. Tetapi karena terbentur peraturan di Austria yang tidak mempekerjakan anak-anak, maka tidak jadi".

Fokus PIKA ke depan adalah menjadi pusat teknologi perkayuan yang kompeten dengan anak didik yang humanis, berhati luhur, dan punya jiwa kepedulian terhadap lingkungan hidup. Anak yang dilatih, seratus persen percaya kepada Tuhan, seratus persen menggunakan bakat dan tenaganya. Fasilitas PIKA bisa dikatakan sederhana jika dibandingkan dengan perusahaan, tetapi jika dibandingkan dengan sekolah lain, maka PIKA sudah sangat cukup untuk melatih anak mencapai kompetensi.

"Namun kami juga menyadari sebagai sebuah sekolah tidak akan mampu mengikuti perkembangan teknologi yang terus ter-*up date*. Itulah sebabnya kami menggandeng perusahaan sebagai tempat para siswa magang, belajar sesuatu yang baru," tuturnya.

Di sekolah anak dididik untuk praktek. Ngetam bukan sesuatu yang bisa dibayangkan. Itu harus dikerjakan, baik siswa cowok maupun cewek. Di kelas satu mereka diajarkan hal-hal manual. Ini lebih ke *sense of quality*, mereka tahu bahan yang bagus, bagaimana membuat sambungan yang baik. Tiap anak punya peti alat.

Di sini dibentuk karakter siswa, dalam kesabaran mengetam, merasakan menggergaji, ketelitian ukuran, tidak takut kena debu, membuat lubang pen dan sebagainya. Semua harus merasakan pengalaman kena gergaji, tergores, ini tidak bisa terbeli.

Di kelas dua, mulai belajar *sense of efficiency and productivity*. Mereka diajari membuat beberapa barang sederhana, misal nampan, book stand, rak handuk, kursi lipat dan lain-lain. Mereka mulai menggunakan mesin juga.

Di kelas tiga, mereka merasakan *sense of team work*. Satu kelas dibagi beberapa kelompok, terdiri dari tiga empat orang. Mereka mendesain dari awal sampai menentukan harga. Mereka membuat satu set meja makan, kitchen set, dan lain-lain. Kelas empat *sense of entrepreneurship*, mereka belajar mandiri di luar sekolah. Itu pendidikan praktek, selebihnya teori.

Kurikulum

Tahun 2008 SMK PIKA baru bergabung dengan kurikulum pemerintah. Sebelumnya PIKA mandiri, karena pendirinya dari Swiss, Bruder Paul Wiederkehr SJ berprinsip siswa lulus harus bisa kerja dan tentu saja tetap dibekali karakter. Dulu PIKA bisa 70 persen praktek, 30 persen teori, tidak kenal ujian nasional. Kenalnya cuma modul. Jadi seperti pelatihan betul. Setelah gabung pemerintah, kurikulum jadi 50 persen praktek dan 50 persen teori. Masuk dari jam 07.00 hingga jam 16.00.

Konsep *teaching factory* juga menjadi fokus. Membawa budaya industri ke pembelajaran siswa. Contohnya anak-anak masuk sekolah harus *finger print*, demikian juga saat pulang. Yang lupa bisa kena poin. "Memang lupa itu biasa, tetapi kedisiplinan bisa dibentuk".

Sementara budaya perusahaan di sekolah juga harus sesuai standar perusahaan juga. Produk harus laku terjual. Itulah sebabnya dikembangkan *sense of quality, sense of efficiency and productivity, sense of team work*, dan *sense of entrepreneurship*. Ini seperti tangga yang harus ditapaki oleh para siswa.

"Ini supaya anak-anak tidak kaget ketika kerja. Bahwa pesanan produk juga ada target selesai berapa hari. Menggergaji keliru, tidak bisa kita bilang tidak apa-apa dengan alasan masih belajar. Kan bisa merugi, karena proses untuk mengeringkan kayu itu saja sudah butuh biaya banyak".

Di Indonesia SMK PIKA merupakan salah satu dari delapan sekolah yang dikelola para romo dan bruder Yesuit. Beda yayasan tapi punya semangat yang sama. Di seluruh dunia berjumlah 805 sekolah setingkat

SMA. Semangat yang menyatukan adalah 4C, yakni *competence, compassion, conscience,* dan *commitment*.

Anak yang sekolah di PIKA diajari supaya kompeten. Bukan hanya dari sisi otak tetapi tangan juga harus terampil, bisa membuat perabot, bisa ngetam, bisa mengoperasikan mesin.

Pintar saja tidak cukup, tapi harus punya kepedulian atau bela rasa terhadap orang lain, terhadap sesama, terhadap lingkungan hidup. Apalagi terhadap orang-orang kecil yang membutuhkan bantuan. "Jadi sisi hatinya itu juga kami olah, bukan hanya sisi otak dan tangan," katanya.

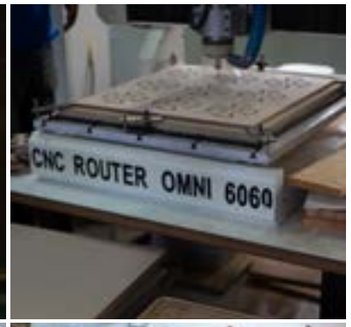
Namun juga perlu ditambah dengan jujur. Pintar, terampil, punya kepedulian, tetapi juga jujur yang merupakan sesuatu yang langka saat ini. Lalu siswa juga perlu memiliki komitmen. Harapannya, ketika siswa lulus dari PIKA akan terbentuk dari sisi karakter dan ketrampilan. "Hati, tangan , dan kepalanya semua jalan".

PIKA berdiri tahun 1953. Awalnya bernama Keboen Kajoe, didirikan seorang bruder Yesuit dari Belanda, Br Joseph Haeken SJ, bukan merupakan sekolah resmi tapi merupakan bengkel yang memperbaiki berbagai perlengkapan dari gereja, susteran, atau lembaga pemerintah. Dalam perjalanan membuat berbagai produk terus, tapi ternyata tidak bisa mencukupi permintaan yang semakin banyak.

Lalu muncul ide untuk membuat sekolahan untuk mendidik anak-anak muda Indonesia supaya mereka menjadi ahli kayu, sehingga bisa mendirikan perusahaan mebeler dan sebagainya. Bruder Paul Wiederkehr SJ dari Swiss pada tahun 1969 datang. Tahun 1973 berdiri sekolah resmi. Metode pendidikan mengacu langsung ke Swiss, sehingga bisa 70 persen praktek dan 30 persen teori.

Tadinya cuma mampu satu kelas dengan 25 siswa, padahal yang pengin masuk banyak sekali. Sekarang tiap angkatan dua kelas. Hingga kini sekitar 1600-an siswa sudah diluluskan oleh PIKA. Para alumni memiliki hubungan yang baik. Dalam hal magang, para alumni terlibat aktif karena ada mereka di berbagai perusahaan. Juga ada alumni yang memiliki sendiri perusahaan mebeler bagus. "Mereka siap membantu adik kelasnya".

Alumni juga mengisi jam pelajaran di SMK PIKA, sehingga siswa memperoleh ilmu langsung dari industri. "Kami cuma menyiapkan snack dan makan siang hehehe," katanya. Para alumni juga menyediakan bea siswa untuk adik-adik kelas yang kurang mampu melalui rekening bea siswa IKA PIKA. Semester lalu ada 16 anak mendapat bea siswa alumni. (bp)



enaknya sate kerbau kudus

Selain soto kerbau, sate kerbau merupakan salah satu makanan khas Kudus. Kalau Anda kebetulan lewat atau mampir ke Kudus, rasanya tak lengkap bila tak mencicipi kuliner sate kerbau. Kuliner sate kerbau bisa ditemukan di berbagai sudut Kota Kudus.

Dari sudut budaya masyarakat, sate kerbau menjadi simbol toleransi umat beragama yaitu Islam dan Hindu. Dulu mayoritas masyarakat Kudus adalah orang Hindu. Bagi orang Hindu sapi merupakan binatang suci. Jadi kuliner kemudian memakai daging kerbau.

Itulah sebabnya ketika menyebarkan agama Islam di Kudus, Sunan Kudus melarang pengikutnya mengonsumsi daging sapi yang dianggap suci oleh umat Hindu.

Larangan penggunaan daging sapi masih dijaga dan dipegang umat Islam di Kudus meski perdagangan daging sapi di wilayah Kudus sudah dilakukan. Itulah sebabnya kemudian berkembang usaha sate kerbau. Salah satu yang direkomendasikan untuk dicoba adalah Sate Kerbau 57 (Maju).

Rumah makan ini terletak di Gang I Jalan

Kutilang, Kudus. Rumah Makan Sate Kerbau 57 ini hanya beberapa ratus meter dari Alun-alun Simpang Tujuh Kota Kudus. Angka 57 ini bukan dimaksudkan menunjuk nomor rumah, tetapi memiliki makna maju atau berkembang.

Penyajian makanan ini juga unik. Nasinya dibungkus daun jati, orang Kudus nyebutnya nasi jangkrik. Sementara bumbu kuah ada campuran serundeng. Serundeng direbus sampai 8 jam hingga kental.

Selain sate daging kerbau bisa ditemukan dengan berbagai variasi mulai dari sate koyor, lidah, hati, babat, dan usus. Makannya dicampur dengan kuah serundeng tadi. Rasanya? Benar-benar enak...

Usaha yang dirintis Pak Kosrin sejak 1975 itu kini dikelola oleh puterinya, Siti Rochmah dan suaminya Sutrimo. Ada kalanya juga dibantu oleh saudaranya, Kusno. Pada hari biasa terjual kurang dari seribu tusuk, tetapi jika Ramadan mencapai 1000 tusuk, bahkan lebih. Harga sate kerbau per porsi Rp 30.000.

Menurut Sutrimo, salah satu kunci cita rasa sate kerbau adalah kuah serundeng itu. Serundeng adalah parutan kelapa yang digoreng lebih dahulu , kemudian ditumbuk hingga halus bersama dengan bumbu.

Bumbu serundeng di antaranya adalah jinten, ketumbar, bawang putih, garam, gula kelapa, dan gula tebu. Adonan itu kemudian dimasak dalam kuali selama 8 jam. Yang sangat diperhatikan adalah nyala api dijaga kebiruan, jangan sampai menjadi kemerahan. Hal ini bisa berimbas pada rasa. Itulah sebabnya sumbu kompor selalu diperhatikan.

Daging sate ketika di warung tinggal dipanasi lagi supaya segar. Karena proses memasak sebelumnya sudah dilakukan di rumah. Sehingga dagingnya benar-benar empuk dan disukai konsumen, baik orang tua maupun anak-anak. (bp)

REVA HOUSE

rumah antiprivasi

Antiprivasi, tabrak paugeran, tanpa sekat (kecuali kamar tidur dan kamar mandi), los-losan, dan ugal-ugalan. Setidaknya itu yang tergambar di benak tim PadmaNews saat memasuki Reva House, di Jl Bukit Sadewa, Bukit Sari, Gombel, Semarang. "Konsep rumahku antiprivasi. Hidup selayaknya manusia. Sebab, (bagiku) nggak ada yang lebih penting dari keluarga," kata arsitek Revano Satria.

Menurut dia, rumah harus multifungsi. Artinya jangan sampai ada ruang yang tidak terpakai atau tidak terjamah. Lantai tak harus granit. Cor beton pun jika diselep halus akan muncul warna batu kehijauan yang bagus dan alami.

Ya, Reva House dari luar sangat indah, futuristik, artistik, dan megah. Tadi di dalamnya benar-benar los-losan seperti bangunan dalam gudang. Namun desain interiornya tetap kekinian dan futuristik, serta keren abis. Ada karakter industrial, konstruksi besi sengaja diekspose, dan atap galvalum. Di langit-langit yang terbuat dari kayu oak Prancis, ada fan terbuat dari kayu yang dibeli dari Australia. "Ya itu dari Australia. Low electrical dan material dari kayu bagus banget."

Reva House yang luasnya 220 m2 (7x31 m) itu tertutup tembok yang terbuat dari kaca 5 ml. Ya, sebelah timur dan barat "temboknya" adalah kaca. Sebagai penghalang dari cahaya matahari atau pandangan dari luar adalah tirai gulung atau PVC Blockout roller blinds anti UV yang bisa naik turun dengan bantuan motor listrik.

Sebagian tembok rumah itu memang menggunakan batu bata yang diekspose, seperti tembok di bagian utara, itu adalah sebagai bentuk penghormatan terhadap ayahnya, Johnny Hendrawan Satria. "Saya menggunakan batu bata di RevaHouse sebagai penghormatan kepada ayah saya." Lho kenapa?

Ayah Revano, Johnny Hendrawan Satria, adalah arsitek senior ternama di Jateng. Karyanya antara lain Gereja GKI Beringin yang berhasil memenangkan Penghargaan IAI di Jateng untuk bangunan terbaik kembali pada tahun 90-an. Johnny selalu menggunakan batu bata sebagai tanda tangan dalam semua desain.

Diganggu Anak

Dengan konsep rumah antiprivasi tersebut, mulai dari pantry, meja makan, minibar, ruang keluarga, ruang tamu, hingga kamar kerja Si Boss, jadi satu dan benar-benar menyatu. Sehingga sangat biasa jika saat Revano sedang serius bekerja di meja kerjanya, tiba-tiba ada celutukan Eames dan Apple, buah kasihnya dengan Stephanie Nastasya.

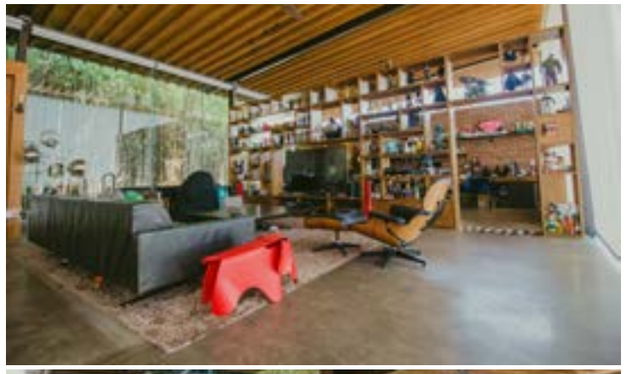
''Daddy...Daddy... help me organize this lego...'' Atau, ''Daddy...Daddy...Eames nakal,'' kata Apple datang ke pelukan Revano sembari merajuk.

''Saya suka diganggu anak-anak saat bekerja. Saya suka sekali. Nothing is more important than family. Mereka mengganggu saat saya kerja tanpa harus mengetuk pintu kamar. Setelah mengganggu, mereka bebas berlarian atau asyik dengan permainan sebelumnya. Itulah mengapa saya membuat Reva House sebagai rumah antiprivasi.''

Keluarga Revano adalah pecinta dan kolektor lego. Di sana ada ber-dus-dus lego untuk keluarga, ya untuk anak-anak ya untuk orang tua. ''Saya ingin membuat sebuah kawasan perkotaan. Di mana ada stasiun KA, ada rel dan KA, ada kawasan Disney di dalamnya, ada taman, dll. Saya butuh meja yang lebih besar ukurannya dari pada yang ada sekarang,'' ujarnya.

Tak hanya lego, koleksi mainan keluarga Revano sangat beragam. Beragam jenis mobil-mobilan, seperti mobil Batman, Batman, Joker, tentara Star Wars, Avatar, Hulk, Dragon Ball, beberapa gunner LA Lakers, Red Bull, Los Angeles, dll. Ada pula boneka Vladimir Putin sedang pidato di podium (kebetulan tanggal lahirnya sama dengan Revano, 7 Oktober), ada kapal lego dalam botol, dan ratusan jenis mainan anak-anak dan dewasa lainnya.

Rumah berdiri di atas tanah seluas 900 m2 itu minim sekat. Kalaupun ada sekat itu hanya papan kayu jati bolong-bolong yang multifungsi, selain sebagai sekat sekaligus tempat memajang mainan anak-anak yang jumlahnya ratusan buah. ''Sekat itu hanya untuk kamar tidur utama, kamar tidur anak, kamar tidur pembantu dan dua buah kamar mandi,'' kata Revano Satria, sang pemilik.



Inspirasi Apartemen

Sebelum membangun rumah itu (dibangun 2011), Revano ditawari apartemen yang luasnya 24 m2 - 70 m2. ''Dari brosur apartemen itulah terpercik ide membuat rumah kayak apartemen. Artinya rumah yang esensial fungsinya. Nggak perlu membangun ruang-ruang yang nggak perlu. Akhirnya saya mendisain rumah dengan konsep ruangan minimalis yang basik saja.''

Ditanya PadmaNews tentang kiblat, dengan enteng dia mengaku tak punya kiblat. ''Kiblat saya smart architecture. Saya hanya chef. Saya punya banyak sekali desain yang klasik, tapi bisa tiba-tiba Mediterania modern futuristik, ekstrem,'' katanya.

Revano ternyata tak asing dengan jajaran artis kondang. Beberapa artis seperti Raffi Ahmad, Luna Maya, Sammy Simorangkir, Gading Martin, dll. Banyak kalangan selebritas yang mempercayakan pembangunan rumahnya kepada Revano.

''Saya buat rumah Raffi Ahmad itu kecil dan tidak intimidatif. Jadi siapapun masuk ke rumah itu nyaman-nyaman saja. Rumah Sammy eks vokalis Kerispatih karena dia seorang gamer, saya buat gokil. Semuanya itu untuk menyamakan karakter klien.''

Menurut dia, perubahan cepat gaya hidup sosial menuntut rumah sekarang ini kecil, fleksibel, efisien, dan non-tradisional. Pertanyaan yang telah diajukan adalah bagaimana tempat tinggal kehidupan-pekerjaan dapat dirancang untuk dapat meningkatkan produktivitas dan kehidupan keluarga.

Tantangan pertama dari desain adalah untuk mengintegrasikan pekerjaan dan kehidupan keluarga dengan mulus melalui desain rumah. Area pribadi, kantor dan kamar tidur utama terletak terpisah.

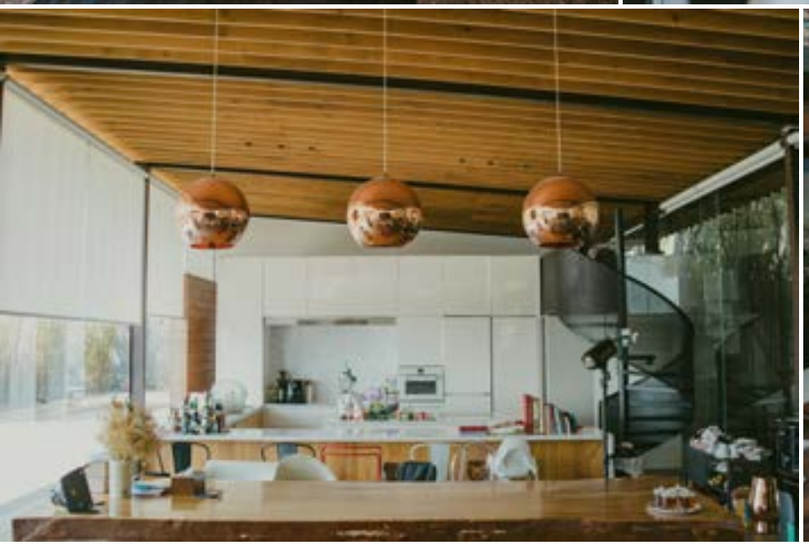
Perkembangan gaya hidup membuat desain rumah mewah dituntut untuk mampu mengakomodir setiap aktivitas penghuninya. Hal inilah yang membuat

arsitek Revano Satria mengimplementasikan desain rumah mewah untuk mengintegrasi pekerjaan dan juga kehidupan keluarga lewat desain rumah mewah Reva House.

Rumah yang ia diami bersama keluarga ini memiliki penampilan terbuka, sederhana, namun tetap terkesan mewah dengan berbagai material yang diekspos. Mulai dari kayu, beton, hingga besi. Meski terbuka, area pribadi seperti kantor dan juga ruang tidur utama terpisah dari bangunan utama yang menciptakan area terbuka di tengah bangunan yang bisa digunakan untuk berbagai aktivitas.

Selain pemisahan zoning yang rapi, salah satu hal yang menjadikan desain rumah mewah ini menarik adalah konsepnya yang sangat playful. Di mana setiap sudut ruangan bisa menjadi area bermain yang menyenangkan untuk buah hatinya.

Reva House juga dibangun dengan sistem otomasi jaringan interkoneksi yang sepenuhnya terkontrol melalui perangkat genggam dan disesuaikan dengan kondisi lingkungan. Sistem HVAC dirancang untuk mendeteksi secara otomatis suhu luar yang akan diinformasikan oleh informasi berbasis internet, untuk menggerakkan tirai dan gorden di rumah secara otomatis untuk menutup atau terbuka pada siang hari dan malam. Hal ini tergantung pada arah sinar matahari sepanjang hari untuk mendapatkan efisiensi HVAC dan mengurangi panas di dalam rumah. (ali)



SOTO BETAWI

Resep by @nisa_anindyajati

Bahan :

250 gr	Daging Sapi
100 gr	Paru/jeroan sapi
1 btg	Serai, geprek
2 lbr	Daun Salam
2 lbr	Daun jeruk
1 btr	Kapulaga
150 ml	Santan Kental
300ml	Santan Cair
300 ml	Air
3 sdm	Minyak untuk menumis

Bumbu Halus :

6 siung	Bawang Merah
3 siung	Bawang Putih
4 btr	Kemiri
1 ruas	Jahe
2 ruas	Kunyit
1/4 sdt	Jintan
1/2 sdt	Ketumbar
1/2 sdt	Merica

Gula dan Garam Secukupnya

Bahan Pelengkap :

Sambal, Daun Bawang, Emping, Tomat, Bawang Goreng dan Kentang Goreng

Cara Memasak :

Daging sapi potong kotak, cuci bersih lalu sisihkan

Paru/jeroan sapi rebus sebentar potong kotak-kotak, sisihkan

Tumis bumbu halus dengan api sedang sampai bumbu benar-benar matang. Masukkan daun salam, daun jeruk, serai, dan kapulaga.

Masukkan air, daging dan paru sapi, aduk sampai rata. Tutup panci biarkan air sampai sat.

Masukkan santan cair, rebus daging sampai empuk dan sesekali diaduk.

Jika daging dan paru sudah mulai empuk, masukkan santan kental masak sampai kuahnya sedikit berkurang, cek rasa. Jika sudah pas, matikan kompor dan siap dihidangkan dengan bahan pelengkap.

Queen Victoria Market Melbourne

Pasar Bersejarah yang Asyik

oleh CN Hendarto

Mengunjungi Queen Victoria Market, Melbourne, Australia, selalu asyik dan menyenangkan. Bukan saja karena kita bisa menemui banyak dan aneka rupa barang belanjaan, tetapi gedung pasar ini sendiri enak untuk dinikmati sebagai peninggalan sejarah.

Pasar yang dibangun pada tahun 1878 itu merupakan *open market* terbesar seluas 7 ha di belahan bumi bagian selatan dan telah menjadi landmark Melbourne yang secara historis, arsitektur dan sosial telah terdaftar dalam Victoria Heritage Register.

Selain berbelanja, pengunjung juga bisa mempelajari sejarah pasar tersebut. Salah satu bagian yang saat ini dipergunakan untuk penjualan beraneka cinderamata dahulunya merupakan pemakaman. Terdapat sedikitnya 10.000 makam di bawah tempat yang saat ini digunakan untuk penjualan souvenir dan tempat parkir itu.

Salah satu yang dimakamkan di situ adalah John Batman, pendiri kota Melbourne. Di atas kuburan yang berada di dekat tempat parkir itu didirikan tugu peringatan setinggi kurang lebih 3 meter untuk penanda makam tokoh tersebut. Warga Melbourne sendiri tidak banyak yang tahu bahwa makam pendiri kota mereka berada di situ.

Pasar ini buka setiap hari kecuali Senin dan Rabu dan setiap Rabu sore di musim dingin diadakan acara *night market* dimana kita bisa makan malam, minum, menikmati *live music* dan lainnya, dimana pengunjung lokal dan internasional berbaur menikmati suasana yang meriah dan menyenangkan.

Akses masuk ke dalam pasar juga mudah. Selain di dua sisi Queen Street, ada bagian juga yang menghadap Therry Street, Elizabeth Street, Victoria Street dan Peel Street. Jadi wisatawan bisa masuk dari berbagai sisi. Untuk wisatawan bahkan tersedia tur khusus mengenal sejarah pasar ini. Tur berlangsung selama dua jam.

Yang suka jajan di pujasera, food court berada di ujung Queen Street dan sebagian menghadap Victoria Street. Sedangkan deretan kafe bisa ditemukan di Elizabeth Street.

Pasar menjajakan berbagai barang kebutuhan sehari-hari. Tak hanya sayuran, aneka daging dan ikan, tapi juga yang menjual roti dan kue-kue, aneka minuman dari bir hingga wine, bahkan ada juga toko khusus untuk suvenir, perlengkapan berkebun, hingga pakaian.

Jika masuk lewat Peel Street, aneka oleh-oleh sudah terlihat. Ada wine, cokelat, segala jenis permen dan camilan. Masuk ke bagian dalam, lama-lama tak terlihat arah mana yang dituju. Dari buah-buahan, sayuran kemudian juga aneka kaos dengan label Melbourne dan Australia pun bertebaran. Sejumlah produk kulit pun terlihat. Dibikin bingung karena barang yang dijajakan cukup banyak dan beragam

Victoria Market juga terkenal dengan Hot Doughnut Van yang telah beroperasi lebih dari setengah abad dan menjadi bagian dari tradisi lokal, dikenal juga sebagai Jam Donuts yang sampai sekarang pembeli tetap harus antre untuk menikmati Doughnut yang sangat nikmat.

Di tengah perkembangan kota Melbourne yang tumbuh pesat dan kian modern, pasar ini tidak kehilangan ciri khasnya. Gaya arsitektur Victoria yang kuat masih bisa kita jumpai di pasar yang kini dikepung oleh gedung-gedung pencakar langit ini.

Multikultur

Meski merupakan pasar tradisional, Queen Victoria Market boleh dibilang pasar modern untuk ukuran Indonesia. Pasarnya bersih, tertata rapi, dan tidak semrawut. Ini sangat jauh berbeda dengan kondisi yang biasa kita jumpai pada sebagian besar pasar tradisional di tanah air.

Seperti di Indonesia, penjual daging, ikan, sayuran, dan buah segar di pasar ini juga sedikit gaduh. Mereka acapkali berteriak untuk menarik perhatian pembeli. Teriakannya tentu dalam bahasa Inggris.

Bedanya, kondisi pasar relatif bersih dan tidak becek. Sampah pasar dikelola dengan baik. Daging dan ikan diletakkan di dalam kotak kaca sehingga lebih higienis. Tidak ada lalat yang beterbangan ke sana kemari tentunya.

Sejalan dengan kondisi demografis penduduk Kota Melbourne yang multikultural, mereka yang berdagang di Queen Victoria Market berasal dari beragam suku bangsa. Wajah-wajah Eropa dan pendatang dari Asia serta Timur Tengah bisa dijumpai di sini.

Orang Indonesia juga tidak ketinggalan. Di pasar yang didominasi bule dan imigran dari Tiongkok ini sangat mudah menjumpai wajah melayu. Sejumlah penjual pakaian di Victoria Market berasal dari Indonesia.

Sambilan Mahasiswa

Bagi mahasiswa, Queen Victoria Market bisa jadi tempat mengais rejeki selagi mereka belajar di negeri kanguru ini. Untuk Mahasiswa dari Indonesia yang kuliah di University of Melbourne atau RMIT, Victoria Market menjadi tempat favorit untuk menambah uang saku. Selain dekat dengan kampus dan banyaknya lowongan yang tersedia, pekerjaan set-up / pack-up salah satu yang paling diminati.

Pagi hari sebelum masuk kuliah mereka membantu menggelar dan menata dagangan sedangkan sore hari sehabis kuliah mereka membantu memasukkan barang barang dagangan tersebut ke mobil boks atau truk pedagang. Untuk kerja selama 1 jam di pagi hari dan 1 jam di sore hari setidaknya mereka bisa mengantongi $40 atau sekitar Rp 400 ribu.

Toko toko yang menjadi langganan mahasiswa Indonesia biasanya toko souvenir, handicraft, kopor dan oleh-oleh kaos. Selain itu banyak dijumpai warga Indonesia yang bekerja untuk menjaga kios-kios di Victoria Market. Jangan heran kalau sering terdengar penjaga toko menyapa kita dengan bahasa Indonesia. (bp)

Art Fair Rasa Festival

Kamis malam itu, 25 Juli 2019, nyaris semua halaman gedung JNM (Jogja National Museum) penuh sesak oleh manusia. Mobil-mobil yang hendak masuk ke tempat seluas 1,4 hektar tersebut selepas pukul 19.00 WIB sudah tak dapat tempat parkir. Orang-orang harus sibuk mencari tempat parkir mobil di jejalanan sekitar JNM.

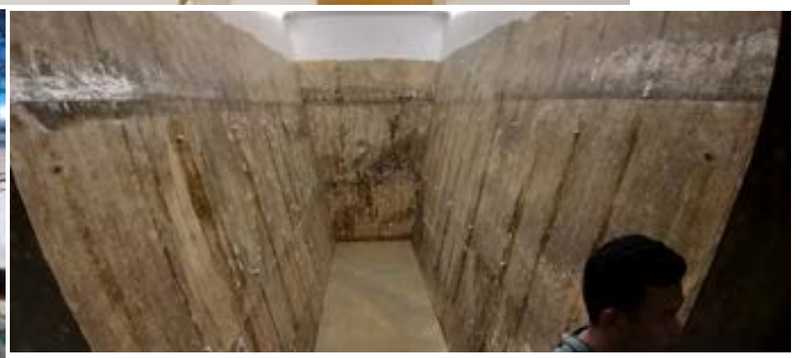
Lautan manusia itu punya agenda yang sama: menonton pembukaan ARTJOG MMXIX atau ARTJOG 2019. Ini salah sebuah perhelatan seni rupa besar di Indonesia yang berlangsung *annual* atau tiap tahun. Malam itu ARTJOG mendapat kehormatan karena Menteri Keuangan Dr. Sri Mulyani berkenan membuka resmi. Lautan manusia, terutama didominasi oleh anak-anak muda, menyemut mendekati pintu masuk di bagian utara gedung. Mungkin ada lebih dari 5.000 orang berkerumun di halaman JNM. Ya, perhelatan seni rupa ini tiap kali pembukaan selalu dijejali oleh banyak manusia—sudah seperti perhelatan musik.

Keriuhan penonton itu terus berlanjut di hari-hari setelah pembukaan. Sepanjang pameran ARTJOG yang berlangsung selama sebulan, tiap hari selalu dipadati oleh pengunjung—mulai dibuka pukul 10.00 hingga ditutup pukul 21.30 WIB. Padatnya penonton itu kisarannya sekitar 3.000 orang lebih tiap hari. Padahal, panita ARTJOG memberlakukan keharusan untuk membayar tiket masuk sebesar Rp 50.000,-. Kenyataan ini menggembirakan, dan menerbitkan dugaan bahwa secara pelahan kesadaran seni pada publik sudah mulai tertanam. ARTJOG menjadi salah satu pemicu untuk kesadaran tersebut.

Tahun 2019 ini ARTJOG menggelar kembali agenda pamerannya untuk yang ke-12 kalinya. Awalnya, pada tahun 2008 perintisnya, Heri Pemad menamai perhelatan ini dengan nama Jogja Art Fair atau JAF. Dua tahun kemudian, tahun 2010 sebutannya diganti menjadi ARTJOG. Pola ini mengikuti gaya *art fair* lain di belahan dunia lain yang lebih populer dan lebih dulu

ada seperti Art Basel di Basel, Swiss, Art Madrid di kota Madrid, Spanyol, ArtStage di Singapura, Art Hongkong di Hongkong, China, dan sebagainya. Namun ada sisi keunikan ARTJOG ketimbang *art fair* yang lain di dunia, yakni dari kepesertaannya. *Art fair* yang lain biasanya mengundang keterlibatan berbagai galeri atau *art space* untuk menyewa *booth-booth* yang disediakannya. Tentu dengan uang sewa yang mahal untuk durasi hanya 3-4 hari. Galeri atau *art space* itu kemudian mengisi *booth* yang disewanya dengan karya-karya seniman yang menjadi pilihannya. Atau seniman yang telah menjalin kerjasama atau kontrak kerja.

Sementara ARTJOG unik. Panitia tidak mengundang galeri atau *art space*, tetapi seniman. Pola rekruitmen seniman pesertanya ada dua pilahan, yakni dengan undangan (invitation), dan open application atau aplikasi terbuka. Pada pilahan kedua ini berbagai seniman bebas untuk mengajukan proposal dan karya kepada panitia. Tentu ada seleksi untuk menentukan para seniman itu bisa masuk berpameran di ARTJOG.



Tahun 2019 ini ARTJOG mengetengahkan 40 perupa dan kelompok perupa. Sebagian besar adalah para seniman yang mengajukan aplikasi terbuka. Mereka datang dari berbagai kota di Indonesia, dan dari beberapa negara. Sisanya, 5 perupa dan kelompok perupa merupakan undangan. Ke-5 seniman undangan itu adalah: Handiwirman, Sunaryo bersama komunitas Wot Watu-nya, Piramida Gerilya, Riri Riza, dan Teguh Ostenrik. Biasanya, para perupa undangan itu diperlakukan khusus, yakni membuat karya yang relatif kolosal dari aspek ukuran, dan mereka masing-masing diberi insentif dana untuk memproduksi karya. Tak heran bila kemudian mereka seperti berkompetisi satu sama lain untuk membuat karya yang meyedot perhatian publik penonton.

Bubu raksasa hasil kreasi perupa Sunaryo dan komunitasnya menjadi salah satu karya paling menonjol. Karya ini berada berupa bubu atau "jaring" untuk menangkap ikan dengan bahan dasar bambu. Konsep dasar bubu itu adalah adanya pintu masuk untuk menggiring ikan atau sasaran masuk dalam "perut" bubu, dan sekian banyak jeruji di ujung "pintu keluar". Karya bertajuk *"Bubu Waktu"* itu memang tepat ditempatkan sebagai lorong besar di pintu akhir sebelum penonton keluar luar ruangan. Begitu seorang penonton keluar dari bubu, dia tidak bisa masuk kembali ke dalam ruangan lewat pintu itu. Karya ini seperti memberi cermin kepada penonton bahwa konsep waktu yang dilalui oleh manusia hanya bisa dilewati sekali. Tak ada pengulangan. Tidak akan bisa masuk lagi ke dalam lorong waktu yang lampau.

ARTJOG MMXIX kali ini mengetengahkan tajuk kuratorial "Common/space". Tajuk ini dipilih untuk mendekatkan ARTJOG pada pengertian pameran atau festival sebagai sebuah "ruang bersama"—sebagaimana arsitektur, urbanisme atau planologi, menggunakan istilah itu untuk menjelaskan ruang atau area fisik yang dirancang untuk digunakan oleh banyak orang—seperti taman, *lobby*, atau ruang baca perpustakaan dan sebagainya.

Tema “Common/space” ini dihasratkan untuk menekankan perihal “ruang” dan “ruang bersama” yang lebih luas ke dalam wacana yang menggandeng berbagai perspektif ekologis. Ini selaras dengan pengertian awal *“common”* sebagai khasanah sumber daya alam bersama (air, oksigen, lautan, sungai, dan lainnya), Common/space dalam konteks ini adalah juga metaphor bagi lingkungan sosial, bumi, dan alam semesta.

Lebih jauh lagi ARTJOG ingin mempertemukan para praktisi seni dengan praktisi dari bidang kreatif lain dalam sebuah ruang penciptaan bersama. Sejumlah perupa diundang untuk memasukkan gagasan karya kolaboratifnya. Sebagai sebuah strategi artistik, kolaborasi adalah praktik yang sangat relevan dengan pengertian *the commons*. Dalam bingkai kerja yang modernis, kolaborasi dianggap sebagai terobosan metodologis berdaya cipta *(inventive)* yang mampu menghasilkan kebaruan estetik. Pada kurun termutakhir, para sejarawan telah mendiskusikan kolaborasi sebagai cara baru untuk meredefinisi praktik seni, sekaligus sebagai untuk memproyeksikan identitas baru tentang seniman yang telanjur dikonstruksikan sebagai sosok yang terisolasi dan penyendiri. Secara umum, pemahaman tentang kolaborasi adalah sebuah perwujudan dari semangat keterbukaan dan mencairnya subjektivitas ‘seniman’.

Gagasan dasar tersebut kemudian dibumikan dengan mengundang para seniman lintas disiplin. Misalnya sutradara film Riri Riza yang menampilkan karya seni instalasi dengan film sebagai salah satu unsur utama karyanya. Ada kelompok Piramida Gerilya yang beragam isinya: ada disainer grafs, disainer produk, aktivis LSM, yang kali ini bergerak lewat karya seni instalasinya yang memenuhi salah satu ruangan luas di JNM.

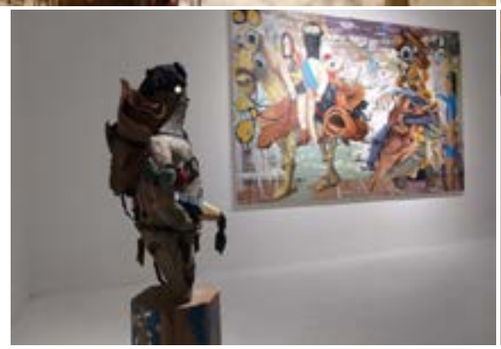
Menarik pula karya Mary Magic yang berjudul *“Decolonize (Mendekolonisasi)”*. Peneliti masalah sampah dan terlibat dalam JRP (Jogja River Project) menampilkan sebuah karya seni instalasi dalam sebuah ruangan cukup besar. Ada miniatur sungai yang berkelok dari bahan bambu berikut endapan sampah plastic tempat persemaian mikroorganisma yang biasa ditemui oleh Mary di Sungai Code, Yogyakarta. Mary sudah sejak 2012 membuat proyek penelitian tentang sungai dengan inisiatif dari lembaga Lifepatch. Karyanya yang dibawa dalam ruang pameran ini terdiri dari banyak sampah plastik yang digantung di dinding—di samping ada pula video art. Ruang tempat karya Mary berada ini baunya menyengat.

Di samping karya-karya yang menarik perhatian, panitia ARTJOG juga memberikan penghargaan kepada 3 perupa muda yang menjadi peserta pameran. Ini sudah menjadi tradisi beberapa tahun terakhir. Penghargaan itu bernama “Young Artist Award”. Tim jurinya untuk tahun ini tidak tangung-tangung. Mereka sebagian adalah adalah sosok kuat dalam jagat seni rupa kontemporer di Asia Pasifik dewasa ini. Ada Fumio Nanjo (Direktur Mori Art Museum, Tokyo), Aaron Seeto (Direktur Museum MACAN, Jakarta), dan Natasha Sidharta dari IndoArtNow. Para perupa muda yang mendapatkan penghargaan kali ini adalah: Andrita Yuniza dari Bandung dengan karyanya *“Whirlwind of Time”*, Enka Komariah (Yogyakarta, *“Juxtapose #1”*), dan Natasha Tontey dari Jakarta (dengan karya *“Hama Memberkati/Pest to Power”*).

Mulai tahun 2019 ARTJOG dikonsepkan oleh tim kerjanya sebagai “festival seni rupa kontemporer Yogyakarta” atau “Yogyakarta International Contemporary Art Festival”. ARTJOG ingin terus mempertahankan aspek kemeriahan atau *festivity* yang begitu heboh. Jauh lebih heboh ketimbang *art fair* di negara-negara lain yang penduduknya minim. Inilah kelebihan yang disadari dan digarap jauh lebih serius oleh ARTJOG ke depan. Publik seni rupa Indonesia sekarang juga sadar bahwa setiap kali ARTJOG berlangsung, ada puluhan bahkan ratusan perhelaan dan peristiwa seni (rupa) yang mengikutinya. Mereka menjadi satelit penting bagi ARTJOG—yang bergerak bersama geliat ARTJOG. Ada pameran di *art space* atau galeri, bahkan kamar kos atau rumah kontrakan dengan menampilkan karya para seniman lintas zaman, usia, bahkan hingga lintas segmentasi pasarnya.

Apakah *boom* seni rupa yang terakhir terjadi di Indonesia sekitar tahun 2006-2007 lalu telah digantikan dengan *“booming halus”* yang tidak terasa hebohnya namun merayap perlahan dampaknya bagi seniman dan publik seni? Coba lihat saja. ***

Kuss Indarto, *kurator dan penulis seni rupa*



www.collider.com

Akhir Saga Skywalker

Petualangan Jedi muda Rey berlanjut. Ia kembali tampil dalam Star Wars: The Rise of Skywalker. Sejak Star Wars: The Force Awakens (2015) diketahui Rey dan Kylo bermusuhan. Setelah berbagai pertempuran mereka, Kylo sempat merayu Rey pindah ke sisi gelap dari The Force pada Star Wars: The Last Jedi (2017), namun upayanya tidak berhasil.

Dalam The Rise of Skywalker memang ada beberapa adegan menarik. Yang paling menarik dari beberapa trailer yang diluncurkan ke publik adalah singgasana dalam sebuah ruangan yang kosong dan gelap. Terlebih saat itu terdengar suara Palpatine alias Darth Sidious yang diperankan Ian McDiarmid.

Palpatine merupakan salah satu karakter legendaris Star Wars. Ia adalah karakter yang berhasil membuat Anakin Skywalker berpindah dari murid para Jedi menjadi ke sisi gelap The Force. Anakin kemudian mengubah nama menjadi Darth Vader.

“Saya telah menunggu lama, untuk mengetahui kalian datang bersama,” itulah ucapan Palpatine yang juga melatari adegan pertarungan Rey dan Kylo.

Belum diketahui secara pasti apa maksud perkataan Palpatine, terlebih ia diceritakan mati pada Star Wars: Return of The Jedi(1983). Kemungkinan bisa saja ia menampakkan diri dengan tekhnik *force ghost* seperti yang dilakukan karakter lain pada beberapa film Star Wars.

Film ini juga memperlihatkan sekilas penampilan Putri Leia, yang dimainkan oleh mendiang Carrie Fisher. Dia memeluk Rey (Daisy Ridley), sementara suara Luke Skywalker terdengar mengatakan, “Kami akan selalu bersamamu. Tidak ada yang pernah benar-benar pergi”. Fisher meninggal pada 2016 lalu, tetapi pembuat film ini dapat menggunakan rekaman yang sebelumnya tidak pernah terlihat dalam episode The Force Awakens.

Durasi Terpanjang

Star Wars Episode 9, The Rise of Skywalker yang merupakan akhir saga 40 tahun Skywalker ini akan tayang 20 Desember mendatang. Film ini akan jadi film Star Wars berdurasi terpanjang lebih dari 2,5 jam. Dan nampaknya fans Star Wars pastinya telah menunggu lama untuk final dari saga terpanjang selama 40 tahun di film The Rise of Sky Walker ini.

Legenda Luke Skywalker (diperani Mark Hamill) dikisahkan ketika ia terperangkap dalam pertempuran antargalaksi dalam film George Lucas, Star Wars: Episode IV - A New Hope (1977).

Sejak film Star Wars: Episode IV - A New Hope (1977), legenda Skywalker membentang dua sekuel asli, tiga prekuel, “trilogi sekuel” dan dua film “antologi”, atau film yang berdiri sendiri dalam waktu yang kurang lebih sama dengan waktu yang sama.

Memang rumit jalan cerita dan legenda yang membentang pada hampir seluruh jajaran film Star Wars, namun demikian para penggemar akan tetap setia menunggu kehadiran film Star Wars: The Rise of Skywalker. (bp)

www.imdb.com

ALCONA
Specialist Contractors In Aluminium - Since 1975
ALUTAMA Aluminium Extrusion
YKK ap DISTRIBUTOR
Architectural Hardware
EPCO
Jl. Dr. Cipto No. 74 - Semarang Telp. 024-3510925 Fax. 024-3510841
Primabond
DECOPANEL
Aluminium Composite Panel
Hight Quality PVDF Coating
Hight Quality Polyester Coating
ALUTAMA Aluminium Extrusion
“Quality is not an act, it is a habit”
UNITED REGISTRAR OF SYSTEMS URS ISO 9001
UKAS MANAGEMENT SYSTEM
URS is a member of registrar of standards (Holdings) Ltd.
Architectural - Commodity - Carrosserie

KPR BCA

BCA
GRUP BCA
Senantiasa di Sisi Anda

Kunci Bebas Worry

Bunga Ringan & Stabil

Halo BCA 1500888 / www.bca.co.id
BCA terdaftar dan diawasi oleh OJK