

BUDAYA KONSUMTIF SEBAGAI IDE PENCIPTAAN KARYA SENI PATUNG DINDING

Miftakhur Rizki¹, Nur Wakhid Hidayatno²

¹Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: miftakhur.17021244019@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: nurhidayatno@unesa.ac.id

Abstrak

Budaya konsumtif merupakan konsep mengonsumsi yang tersistem pada masyarakat hari ini. Konsumsi menjadi bagian penting dalam kehidupan untuk memenuhi kebutuhan dan pendapatan, pada lain sisi konsumsi yang berlebihan, menimbulkan kecenderungan negatif. Berdasarkan pengalaman perupa melihat pergeseran budaya serta fenomena sosial, perupa tertarik untuk mengangkat budaya konsumtif sebagai ide yang di visualisasikan ke dalam karya seni patung dinding. Fokus ide penciptaan karya ini pada kecenderungan negatif dari budaya konsumtif sendiri seperti: *Consumerism*, *Hedonisme*, *Shopaholic*, *Fanatisme*, dan *Social Climber*. Tujuan penciptaan untuk memberikan penyadaran reflektif agar bijak dalam memilih gaya hidup. Manfaat penciptaan karya untuk meningkatkan produktivitas berkarya dan sebagai refleksi-evaluasi. Metode penciptaan karya meliputi tahap pencarian inspirasi, penggalan ide, penuangan ide, perwujudan karya. Referensi karya yang dirujuk adalah karya Claes Oldenburg, Peter Anton, Song Wei, dan karya perupa terdahulu. Bentuk deformatif makanan dipilih sebagai idiom visual dan simbolisasi ungkapan pesan. Terdapat lima karya yang diciptakan yang berjudul “Benih Impor” 150x60x30cm, “Induksi” 150x90x60cm, “Informasi Cepat Saji” 150x90x60cm, “Paket Kombo” 150x100x30cm, “Komitmen” 130x130x70cm. Karya diciptakan dengan media campuran spon eva dengan kombinasi teknik membentuk dan lukis cat akrilik.

Kata Kunci: Budaya konsumtif, patung dinding, seni

Abstract

Consumptive culture is a consuming concept that is systemized in today's society. Consumption is an important part of life to meet needs and income, on the other hand, excessive consumption creates a negative tendency. Based on the experience of the artist seeing cultural shifts and social phenomena, the artist is interested in elevating consumptive culture as an idea that is visualized into a wall sculpture. The focus of the idea of creating this artwork is on the negative tendencies of the consumptive culture itself, such as: Consumerism, Hedonism, Shopaholic, Fanaticism, and Social Climber. The purpose of creation is to provide reflective awareness to be wise in choosing a lifestyle. The benefits of creating artworks to increase work productivity and as reflection-evaluation. The method of creating artworks includes the stages of finding inspiration, extracting ideas, pouring ideas, embodiment of artworks. The referenced artworks are sculpture of Claes Oldenburg, Peter Anton, Song Wei, and the artworks of previous artists. The deformative form of food was chosen as a visual idiom and a symbol for the expression of the message. There are five works that were created entitled “Benih Impor” 150x60x30cm, “Induksi” 150x90x60cm, “Informasi Cepat Saji” 150x90x60cm, “Paket Kombo” 150x100x30cm, “Komitmen” 130x130x70cm. The work was created using Eva sponge mixed media with a combination of acrylic painting and shaping techniques.

Keywords: *Consumptive culture, Wall Sculpture, Art*

PENDAHULUAN

Modernisasi merupakan era perubahan yang berdampak pada segala bidang. Pengaruhnya dapat diamati dari gaya hidup masyarakat khususnya aktivitas konsumsi. Konsumsi menurut Adlin (2006:39) diartikan sebagai penggunaan komoditas yang bernilai material. Komoditas merupakan objek konsumsi yang diyakini memiliki nilai, dan mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan, didalamnya terdapat sistem nilai dan penandaan. Masyarakat hari ini merupakan masyarakat konsumtif yang terus mengonsumsi sesuatu, termasuk non-material seperti pemikiran, ide, prestise, status, dan informasi. Konsumsi telah menjadi suatu “budaya” yang tidak bisa lepas dari kehidupan sekarang, karena konsumsi sendiri menjadi penggerak utama kapital dan sistem perekonomian. Segala tempat banyak menginformasikan konsumsi melalui stimulus iklan di berbagai media. Promosi iklan yang selalu menghiasi jalan-jalan, pusat perbelanjaan, pertokoan, kampung, sekolahan, dan kampus.

Menurut Yasraf Amir Piliang (2004), kemajuan ekonomi menyertai berkembangnya budaya konsumsi yang ditandai dengan gaya hidup. Gaya hidup, muncul dari aktivitas konsumsi pada masyarakat kota di Indonesia, khususnya di Surabaya seperti *touring*, *nge-wine*, *fitness*, *hang out*, *nge-mall*, *clubbing* di *cafe*. Gaya hidup yang berkembang, pada sisi lain menjadi pertanda positif yaitu meningkatnya kesejahteraan hidup masyarakat perkotaan dan naiknya taraf hidup penghasilan. Belanja dan aktivitas konsumsi berperan penting dalam memajukan kesejahteraan masyarakat untuk memutar siklus pasar dan pendapatan.

Pada sisi lain, konsumtif yang berlebihan juga berdampak negatif, yaitu terjadi kesenjangan sosial dan penggolongan kelas karena perbedaan ekonomi atau gaya hidup. Akibat lain yang timbul yaitu bergesernya cara pandang masyarakat sosial sekarang yang hanya menyimpulkan sesuatu atas materi dan penampilan. Kecenderungan konsumtif juga bisa diamati dari cara berpakaian, cara bergaul pilihan *standart* tinggi, pilihan menggunakan barang yang mewah, yang semuanya menjadi semacam *prestise* sosial dan diyakini mampu meningkatkan citra diri dan status sosial.

Berdasarkan uraian fenomena diatas, perupa mengkaji lebih mendalam dengan pendekatan rujukan jurnal, sebagai landasan dasar dan penguatan pokok permasalahan tersebut. Kajian mengenai budaya konsumtif perupa merujuk pada 3 jurnal yang relevan sebagai berikut.

Yofiendi Indah Indainanto, 2020, *Hegemoni Ideologi Konsumtif Sebagai Gaya Hidup Remaja*. Penelitian tersebut menjelaskan hegemoni konsumtif dari sebuah konten artis, yang menampilkan keseharian belanja dan kehidupan mewah melalui *Chanel Youtube* kepada *viewer* remaja. Hasil penelitian secara garis besar menyimpulkan bahwa konsumsi terjadi karena adanya peran media dan *influencer* (panutan) sehingga mampu mempengaruhi yang lain.

Ahmad Fajrul Amirudin, 2018, *Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif*. Penelitian tersebut membahas budaya belanja yang menjadi gaya hidup khususnya pada mahasiswa, yang disebabkan faktor lingkungan pergaulan, keluarga, trend, iklan dan media. Belanja menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan.

Indra Setia Bakti, dkk, 2019, *Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard*. Penelitian ini menjelaskan proses komodifikasi dalam sistem konsumsi masyarakat, konsumsi menjadi gaya hidup, yang menjamin tatanan tanda. Proses simulasi mampu menukar fungsi kebutuhan pada komoditas konsumsi menjadi fungsi status sosial, gejalanya muncul rasa gengsi dalam memilih gaya hidup atau kebutuhan.

Berdasarkan ke-3 jurnal tersebut perupa menyimpulkan bahwa budaya konsumtif telah mengakar menjadi sebuah gaya hidup, yang juga dipengaruhi banyak faktor, uraian tersebut juga menegaskan bahwa konsumtif tidak hanya pada produk, tetapi juga kepada komoditas yang lain.

Adapun fokus ide yang perupa angkat dari budaya konsumtif antara lain.

1. *Consumeris*, yang berarti kecenderungan mengonsumsi yang berlebihan dan berakhir pada kebiasaan boros.
2. *Hedonis*, yang berarti sikap atau pemahaman dalam menjalani hidup dengan cara bersenang-senang sebagai tujuannya.
3. *Shopaholic*, atau gila belanja, merupakan kecenderungan untuk selalu berbelanja terlepas

dari kebutuhannya yang disebabkan oleh banyak hal, seperti *Fomo* dan *Panic Buying*.

4. *Fanatis* yang berarti keyakinan terhadap sesuatu sehingga antusias mengabdikan kepadanya, seperti fanatis produk (*brand*), fans, dan idolisasi.
5. *Social climber*, atau panjat sosial (*pansos*) yang berarti tindakan untuk menaikkan nama dan haus popularitas semata, dengan tujuan aktualisasi diri, eksistensi diri, *narsism*.

Berdasarkan ide tersebut, yang juga terjadi pada masyarakat hari ini, umumnya dipandang negatif meskipun tidak merugikan orang lain. Melalui penciptaan karya, perupa menguraikan secara subjektif dampak dari konsumtif itu sendiri, dengan maksud mengajak untuk mengurangi, karena konsumtif menjadi bagian dari hidup yang tidak bisa dihilangkan.

Perupa mengangkat isu budaya konsumtif menjadi sumber ide penciptaan karya melalui kajian dan observasi, karena ide tersebut kaya penafsiran dan pemaknaan. Fenomena yang terjadi perlu untuk divisualisasikan kedalam karya yang merepresentasikan kondisi sekitar, agar wacana karya seni sampai pada fungsi komunikasi dan ekspresi, sehingga perupa menguraikannya pada artikel yang berjudul "Budaya Konsumtif Sebagai Ide Penciptaan Karya Seni Patung Dinding"

Penciptaan karya bertujuan untuk memberikan kesadaran reflektif agar bijak dalam memilih gaya hidup. Manfaat penciptaan, karya diharapkan mampu meningkatkan produktivitas berkarya, sebagai refleksi dan evaluasi. Karya diharapkan mampu memantik pemikiran kritis dalam mengonsumsi atau memutuskan sesuatu, khususnya pilihan pola hidup, sebagaimana diketahui bahwa budaya konsumtif berpotensi negatif menyertainya.

KONSEP PENCIPTAAN

1. Inspirasi Karya

Perupa mengkaji karya-karya seniman yang menjadi inspirasi ketika proses menciptakan karya, baik dari segi teknik, media, maupun ide. Kajian inspirasi ini sebagai pertimbangan agar karya yang diciptakan orisinal dan berbeda. Berikut karya atau seniman yang menginspirasi pengkaryaan perupa.

Peter Anton

Peter Anton merupakan pematung Amerika yang konsisten berkarya dengan objek makanan. Ide karyanya tentang permasalahan sosial dan lingkungan. Bentuk makanan dipilih karena menurutnya makanan mampu membuat orang senang dan membangun kebersamaan. Media yang digunakan campuran seperti silikon, karet cair, busa, dan kain yang dibentuk dengan teknik cetak.



Gambar 1. Karya Peter Anton

Sumber:

<https://www.tangentart.com/artist/peter-anton/> (2021)

Claes Oldenburg

Claes Oldenburg dikenal sebagai pematung kontemporer Amerika, juga berkarya dengan instalasi. Karyanya menghadirkan bentuk benda sehari-hari yang dibuat dengan ukuran besar. Ide karyanya mengangkat isu sosial seperti *overpopulasi*, kemiskinan, *urban culture*. Karyanya secara umum dibuat dengan media campuran seperti, kardus, busa, kain, yang di cat akrilik.



Gambar 2. Karya Claes Oldenburg

Sumber:

<https://www.theglobeandmail.com/arts/art-and-architecture/its-a-whopper-all-right-floor-burger-returns-to-the-ago/article28230063/> (2021)

Song Wei

Song Wei merupakan seniman kontemporer China, Ide karyanya mengangkat isu sosial, globalisasi, krisis identitas, dan tradisi. Song Wei dalam berkarya menggunakan media yang beragam baik lukisan dengan teknik lukis cat minyak maupun membuat patung dengan cetak cor perunggu.



Gambar 3. Karya Song wei
Sumber:

<https://www.artsper.com/ie/contemporary-artists/china/8959/song-wei> (2021)

Karya Perupa Terdahulu

Perupa sebelumnya berkarya dengan media campuran spon eva dan spon busa, karena secara subjektif media ini mudah dibentuk, dan perupa menguasainya. Perupa mengambil bentuk deformatif makanan, seperti roti, kaleng minuman, kue, yang masing-masing bentuk tersebut perupa sisipkan pesan melalui semiotika tanda sehingga mengandung makna yang implisit.



Gambar 4. Karya terdahulu perupa
Sumber: koleksi Miftakhur Rizki (2020)

2. Proses Kreatif

Proses kreatif, perupa mengacu pada pengamatan dan penghayatan gejala sosial yang diuraikan menjadi gagasan kompleks melalui bentuk makanan, bentuk tersebut digunakan sebagai idiom visual untuk mengkiaskan pesan. Bentuk makanan (donat, kaleng minuman, roti isi, *hamburger*) perupa asosiasikan ke dalam sebuah penandaan sesuai idiom subjektif perupa, yang didalamnya mengandung pemaknaan. Isu sosial yaitu budaya konsumtif perupa ekspresikan melalui idiom visual sebagai berikut.

1. Donat, merupakan salah satu bentuk makanan yang mewakili sifat manis (contoh lain: permen, kue, es) yang umumnya disukai banyak orang.
2. Roti isi (*hamburger*), merupakan makanan dengan porsi yang disesuaikan sehingga ringkas dan praktis.
3. Minuman kaleng, merupakan produk minuman yang dikonsumsi untuk melepas haus kepenatan karena stress.

Idiom tersebut perupa munculkan sebagai perwakilan dari konsepsi bentuk, yang semula bersumber dari ide dasar budaya konsumtif lalu diuraikan kedalam ide yang lebih khusus pada tiap-tiap karya yang diciptakan.

Perupa memilih bentuk makanan karena secara pengembangan, bentuk ini kaya prospek dan kekinian. Bentuk tersebut mampu perupa dekatkan dengan isu sosial-lingkungan pada karya sebelumnya. Idiom visual berupa makanan juga sebagai bagian dari konsistensi perupa dalam berkarya, khususnya pada saat mengambil program penciptaan 3D saat kuliah untuk membangun eksistensi identitas.

3. Teknik dan Media

Proses penciptaan karya, perupa menggunakan beragam teknik dan media. Pada proses membentuk, perupa menggunakan teknik memotong, merakit, dan menempel. Proses pewarnaan, perupa menggunakan teknik lukis manual. Warna yang dipilih untuk karya yaitu warna-warna cerah, sebagai simbolisasi dari “populer” sebagaimana budaya konsumtif sendiri. Bentuk karya juga didekatkan dengan pilihan warna mengacu warna-warni makanan yang disederhanakan, untuk mendukung kesan manis.

Media yang digunakan adalah kombinasi spon eva dan spon busa. Media tersebut dipilih, karena perupa menguasai secara teknis, mudah dibentuk, ringan, awet, secara subjektif menguntungkan. Bahan tambahan yang lain yaitu lem dan latek.

4. Paradigma Penciptaan Patung Dinding

Format karya yang diciptakan yaitu patung dinding. Patung menurut Mikke Susanto (2011:296) adalah sebuah tipe karya tiga dimensi yang bentuknya dibuat dengan metode subtraktif (mengurangi bahan seperti memotong, menatah) atau aditif (menambah bahan, mencetak) yang memiliki dimensi ruang (panjang, lebar, tinggi). Patung dinding menjadi pilihan perupa dalam proses berkarya sebagai bagian dari pengembangan *display* patung, karena sebelumnya juga membuat patung pada pedestal dan instalasi saat berproses di perkuliahan. Hal tersebut bermula ketika perupa membuat patung besar pada pedestal, yang mengharuskannya ditempatkan pada ruangan luas, sehingga ruangan yang sempit akan menyulitkan penonton mengamatinya. Pertimbangan ruang, perupa melihat potensi pada media dinding yang memiliki beragam eksplorasi, khususnya bentuk. Media dinding memiliki bidang vertikal yang mampu memuat karya besar pada ruangan kecil, dinding juga memberi keleluasaan bentuk patung baik patung ukuran kecil maupun yang besar. Media dinding memberi banyak peluang eksplorasi, khususnya pada format pemasangan seperti merakit, menempel, dan instalasi.

Patung dinding sedikit menyerupai bentuk relief, namun memiliki perbedaan mendasar. Relief menurut Mikke Susanto (2006:97) karya 2 dimensi yang mengalami peninggian dari latar belakang yang dibuat dengan beragam metode yaitu dipahat (*carved*), dicetak (*modeled*), dan dirakit (*assembled*). Ketinggian relief beragam, relief cembung dan relief cekung. Patung dinding yang diwujudkan perupa memiliki perbedaan mendasar dengan relief, khususnya *background* dan dimensi. Perupa menggunakan *background* putih untuk menciptakan ruang steril (*white cube*) agar karya lebih fokus, berbeda dengan *background* pada relief yang memiliki esensi dengan bangunan yang terkait (arsitektur, historis). Dimensi patung dinding yang

dimunculkan perupa memiliki ruang yang berongga, mempunyai dimensi (panjang, lebar, dan tinggi), dan mampu diamati dari sudut depan, atas-bawah, samping.

KAJIAN TEORI

1. Seni

Seni menurut Sudarso SP. (2006:2) adalah realisasi dari usaha manusia untuk menciptakan sesuatu yang indah. Seni merupakan kebutuhan manusia yang terakhir, sesuatu yang diinginkan setelah kebutuhan pokok terpenuhi. Karya seni menjadi media untuk mengungkapkan perasaan dalam berbagai hal.

2. Budaya

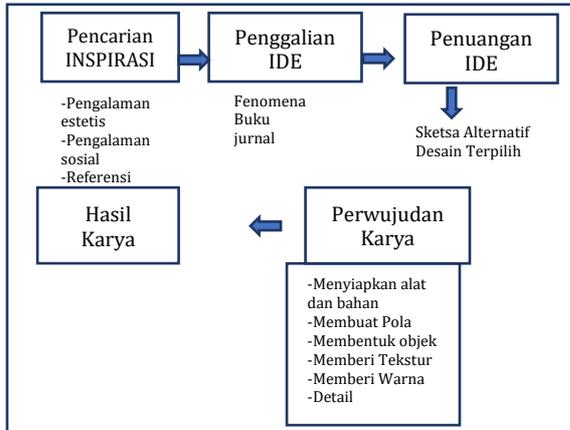
Budaya menurut Rachmah (2014:128) berkaitan dengan seperangkat hasil karya seni, diartikan sebagai sebuah proses, praktik dalam kehidupan sehari-hari. Budaya memiliki fungsi produksi dan pertukaran makna dalam sebuah komunitas. Budaya tergantung dari partisipan dalam memaknai dan menginterpretasinya. Sistem budaya dan sistem nilai mempengaruhi cara kerja suatu fenomena di masyarakat dalam memaknai sebuah objek.

3. Patung Dinding

Perkembangan seni rupa kontemporer memunculkan beragam bentuk seni yang “baru” salah satunya adalah *wall sculpture* atau patung dinding, merupakan bagian dari perkembangan seni kontemporer, khususnya pada eksplorasi patung. Menurut Mikke Susanto (2012:355) seni rupa kontemporer secara umum merujuk pada seni masa kini, yang perkembangannya melampaui batasan-batasan seni, orientasi bebas, dan mengusung konsep keberagaman. Hal ini ditandai munculnya eksplorasi teknis, seperti seni instalasi, multimedia.

Wall sculpture pertama kali populer oleh Picasso, setelah Marchel Duchamp melalui *readymades nya* menyatakan benda sehari-hari sebagai seni. Picasso membuat karya dari bagian-bagian sepeda yang di-las menjadi bentuk kepala banteng, lalu dipajang pada dinding. Terlepas dari pertanyaan apakah bentuk itu patung atau instalasi, Picasso berhasil merespon material dan ruang menjadi karya sederhana yang penuh imajinasi dan transparansi konsep benda itu sendiri.

METODE PENCIPTAAN



Bagan 1. metode penciptaan karya
Sumber: koleksi Miftakhur Rizki (2022)

1. Pencarian Inspirasi

Pencarian inspirasi yaitu memunculkan sebuah motivasi sebagai pemantik awal. Inspirasi diperoleh dari pengalaman estetis, pengalaman sosial, dan referensi. Pengalaman estetis merupakan pengalaman dalam memahami sebuah objek pada kehidupan sehari-hari (menghayati makanan, melihat keindahan sebuah benda, meresapi filosofi benda). Pengalaman sosial, diperoleh dari analisis permasalahan sosial (budaya konsumtif) di lingkungan dan pengalaman sebagai bagian dari masyarakat. Referensi dibutuhkan sebagai pembanding dan acuan dalam penciptaan karya agar proses kreatif lebih lancar. Referensi yang digunakan yaitu karya, bentuk benda, foto atau gambar.

2. Penggalian Ide

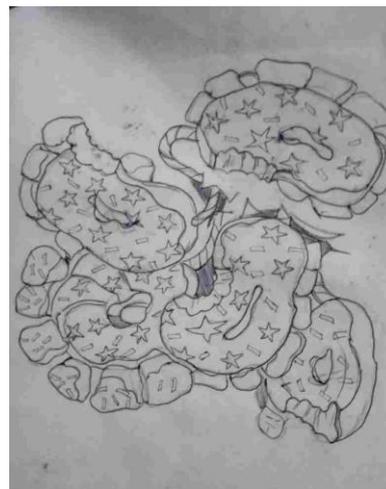
Penggalian ide dimulai dari observasi fenomena, yaitu kecenderungan konsumtif seperti *Consumerism*, *Hedonisme*, *Shopaholic*, *Fanatisme*, dan *Social Climber*, gejala tersebut memunculkan rasa pertanyaan bagaimana dan mengapa hal tersebut bisa terjadi, serta menjadi hal yang lumrah. Perupa memerlukan buku dan jurnal untuk rujukan bacaan dalam menguraikan permasalahan konsumtif secara mendasar. Buku-buku yang perupa gunakan diantaranya yaitu *Mitologi* oleh Roland Barthes tentang bagaimana mitos itu bekerja. *Posmodernisme dan budaya konsumen* oleh Mike Featherstone tentang bagaimana konsumsi menjadi sistem di

masyarakat. *Dunia yang dilipat* oleh Yasraf Amir Piliang tentang realitas yang direkayasa, dan beberapa jurnal terkait.

Perupa juga meninjau karya seniman (Claes Oldenburg, Peter Anton, Song wei) terkait ide karya dan teknis pembuatan, hal tersebut memunculkan ide perupa proses mewujudkan karya selanjutnya. Objek makanan juga perupa perlukan sebagai pendekatan asli bentuk dari karya.

3. Penuangan Ide

Penuangan ide melalui sketsa alternatif dan desain karya. Ide yang sudah dimunculkan, lalu diimajinasikan ke dalam sketsa alternatif yang dibuat secara spontan sesuai dengan proses penghayatan dan peresapan ide yang diperoleh. Sketsa dibuat beragam bentuk sesuai capaian imajinasi, tujuannya untuk mewujudkan gambaran komposisi yang artistik. Sketsa terpilih ditransformasikan ke dalam rancangan desain. Tahap merancang desain merupakan kegiatan menyusun kerangka dan membuat acuan karya yang hendak diciptakan. Merancang desain juga mempertimbangkan keindahan, kecocokan tanda, dan komposisi objek melalui idiom bentuk. Ide dari fenomena budaya konsumtif diuraikan menjadi sebuah konsep gagasan, lalu divisualkan menjadi bentuk karya.



Gambar 5. Desain karya
Sumber: koleksi Miftakhur Rizki (2021)

4. Perwujudan karya

Proses mewujudkan karya beberapa hal perlu disiapkan yaitu alat, bahan, serta pilihan teknik yang bertahap. Alat yang digunakan adalah *cutter*, gunting, lem, dan kuas berbagai ukuran. Media yang digunakan yaitu spon eva, spon busa, latek, cat tembok. Teknik yang digunakan teknik memotong dan menempel.



Gambar 6. Spon Eva, Spon Busa, Cat tembok, Latek
Sumber: koleksi Miftakhur Rizki (2021)

atau langsung, dengan menambahkan bahan (aditif) hingga mencapai bentuk, menggunakan lem. Karya dibentuk global secara menyeluruh, ataupun dibentuk per bagian karya.



Gambar 7. Pola yang sudah dipotong dibentuk global
Sumber: koleksi Miftakhur Rizki (2021)

Tahapan perwujudan karya sebagai berikut.

Membuat pola. Membuat rancangan pola atau *template* (mal) yang akan dirakit menjadi bentuk yang diinginkan. Prinsip pola mengikuti pola jari-jari bangun ruang. Pola memiliki model yang berbeda-beda, mengikuti bentukan sesuai desain (bentuk donat, bentuk roti, bentuk kaleng) pola tersebut bisa digunakan untuk memperbanyak bentuk secara berulang-ulang yang sifatnya repetisi. Pola yang digunakan yaitu pola persegi dan pola jari-jari bangun ruang. Pola persegi, dibentuk dari bidang persegi yang dipotong memanjang, tujuannya untuk menambah ketebalan bidang yang ditempel. Pola jari-jari bangun ruang, pola yang dibuat mengacu prinsip jari jari bentuk tabung, kubus, balok, bola, yang disesuaikan dengan bentuk makanan. Perbedaan dari hasil bentukan dari mal yaitu pada proses detail bentuk.

Membentuk karya. Membentuk global karya menggunakan mal yang sudah dibuat. Tahapan ini juga mengatur komposisi agar lebih sesuai. Membentuk karya juga bisa dilakukan tanpa mal

Karya yang sudah dibentuk global, disesuaikan karakternya mendekati objeknya (makanan) yaitu diberi tekstur kenyal, empuk, lunak, kasar, dan rata. Tekstur tersebut dimunculkan dengan bahan pilihan sesuai karakternya, latek cair untuk menambah elastisitas, spon busa untuk tekstur pori-pori roti, lem untuk tekstur rata seperti selai.

Pewarnaan karya menggunakan cat tembok elastis, dengan tahap pewarnaan dasar, dan pewarnaan detail. Pewarnaan dasar difokuskan untuk menutup pori-pori pada objek. Warna yang digunakan yaitu warna primer, dan campuran warna pastel. Warna tersebut dipilih sesuai dengan pendekatan referensi. Pewarnaan dilakukan berulang-kali, agar warna lebih rata dan utuh.



Gambar 8. Memberi tekstur lalu memberi warna
Sumber: koleksi Miftakhur Rizki (2021)

Setelah pewarnaan dasar selesai selanjutnya pewarnaan detail, mengecat bagian dalam dan bentuk yang kecil-kecil. Setelah proses pewarnaan selesai kemudian proses menambahkan bentuk detail, yaitu bentuk tambahan yang memiliki ukuran beragam (keju, wijen, meses, selai, *topping*). Bentuk tersebut selain sebagai hiasan artistik, juga menguatkan identitas masing-masing karya. Detail bentuk disesuaikan dengan komposisi karya, dan pilihan bentuknya untuk menginformasikan pesan yang disampaikan melalui idiom visualnya. Setelah detail selesai lalu proses finishing menggunakan *clear*.



Gambar 9. Memberi detail dan *finishing*
Sumber: koleksi Miftakhur Rizki (2021)

Evaluasi Karya

Evaluasi karya merupakan tahap untuk mempertimbangkan kembali proses yang telah dilaksanakan dengan tujuan perbaikan, seperti menambal bagian yang terlihat berlubang, menutup kembali cat yang tidak rata, memberi tambahan lem pada bagian yang kurang lem. Tahap evaluasi menjadi pengontrol estetis komposisi warna dan bentuk. Evaluasi karya juga memerlukan arahan dosen pembimbing dan seniman (ahli) untuk memberikan kritik dan saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karya 1



Gambar 10. Karya 1 berjudul “Benih Impor”, Mix media ukuran 150x60x30cm
Sumber: koleksi Miftakhur Rizki 2021

Ide karya

Karya ini terinspirasi dari sebuah fenomena yang menjadikan konsumsi menjadi bagian dari kehidupan (*consumerism*), sebagian besar masyarakat hari ini menjadi pengguna, pemakai, pemilik. Stigma bahwa masyarakat kita yang konsumtif juga tidak lepas dari pengaruh globalisasi, perlu adanya kesadaran dalam memulai sesuatu atau menciptakan sesuatu, dan menjadi pelopor produktivitas. Budaya impor dilain sisi sebagai pembanding dan pemantik, juga

bisa menjadi referensi kita untuk memulai langkah yang lebih baik.

Deskripsi karya 1

Bentuk bunga yang menyerupai donat, bunga sebagai simbolisasi dari harapan yang di tumbuhkan. Donat sebagai representasi dari konsumerisme sendiri yang menyenangkan. Taburan bintang warna merah dan biru sebagai simbol dari dua pengaruh hegemoni yaitu barat dan timur, yang memiliki pengaruh masing-masing.

Bunga donat sebagai representasi budaya menanam, bunga dilambangkan sebagai harapan dalam hal ini adalah produktif. “benih” secara wujud tidak hanya pada tanaman, tetapi juga menumbuhkan benih kesadaran, wawasan dan pengetahuan. Warna merah dan biru sebagai simbolisasi budaya impor (barat dan timur) yang artinya budaya dari luar memberi jaminan kemajuan dan mengikat. Taburan meses dan permen sebagai tanda sesuatu yang manis dan menyenangkan. Bintang sebagai penanda dari dominasi yang dibedakan sesuai warnanya, bintang disimbolkan sebagai cita-cita yang dilangitkan.

Karya 2



Gambar 11. Karya 2 berjudul “Induksi”, Mix media ukuran 150x90x60cm
Sumber: koleksi Miftakhur Rizki 2021

Ide karya

Karya kedua terinspirasi dari maraknya “pansos” di sosial media yang artinya panjat sosial (*social climber*). Sosial media memang berfungsi untuk memamerkan informasi baik secara visual atau teks, namun perupa menanggapi adanya pansos yang terlalu berlebihan seperti mengumbar privasi, konten sensitif, *hoax*, yang semua hal tersebut berawal dari ketidakbijakan dalam bersosial media. Karya juga dipengaruhi oleh fenomena narsisme, menjadi semacam narsistik yaitu kecenderungan seseorang yang menganggap dirinya penting dan perlu dikagumi, hal ini sudah merujuk pada gangguan psikologis jika berlebihan karena adanya rasa haus dirinya untuk dikonsumsi oleh publik. Eksistensi dan obsesi pada sosial media menjadi tujuan utama, untuk mendapatkan *likes* dan mampu me-manipulasi realitas yang biasa menjadi tampilan yang indah, walaupun berbeda jauh dari kenyataannya.

Deskripsi karya 2

Sosial media menjadi media daring yang menghubungkan orang satu dengan yang lain dalam bertukar informasi. Majunya teknologi memberi kemudahan dalam menggali informasi secara cepat tanpa batasan waktu dan tempat. Sosial media menjadi fungsi edukasi, ekspresi, dan informasi. Tema sosial media sebagai *icon*. Donat dipilih karena memiliki rasa beragam dan manis, donat diasosiasikan dengan sosial media yang memberikan kesenangan atau candu. Donat rantai sebagai representasi sesuatu yang mengikat dan saling mempengaruhi, secara struktural saling menguatkan. Donat sebagai benda konsumsi yang dikonotasikan sosial media, sesuatu yang sekarang dibutuhkan dan menyenangkan. Hubungan antar aplikasi yang saling terkait menjadi kemudahan dalam menyebar apapun baik positif atau negatif.

Karya 3



Gambar 12. Karya 3 berjudul “Informasi Cepat Saji”, Mix media ukuran 150x90x60cm
Sumber: koleksi Miftakhur Rizki 2021

Ide karya

Karya ketiga terinspirasi dari fanatisme, yang secara khusus sikap berlebihan dalam mengagungkan suatu hal. Media hari ini memberikan informasi secara cepat, berita mampu menyebar luas hanya melalui sentuhan jari. Proses penginformasian berita cepat untuk ditangkap dan cepat pula untuk disebarkan tanpa adanya filtrasi kritis, memungkinkan terjadinya *mis-informasi* atau *hoax*. Perupa mengangkat *hoax* sebagai bagian dari konsumsi masyarakat hari ini.

Deskripsi karya 3

Informasi pengetahuan pada hari ini semakin mudah didapatkan dan dipelajari, karena semuanya terakomodasi dan berkembang menjadi digital. Informasi dapat diakses oleh siapapun dan kapanpun. Sebagian besar masyarakat hari ini kurang kesadaran pada kemajuan fasilitas teknologi informasi, sehingga tidak semua orang mampu menggunakannya (mengonsumsi). Perangkat teknologi yang maju memfasilitasi kebutuhan sumber pengetahuan. Melalui wawasan dan pengetahuan sebagai bekal menghadapi zaman yang serba cepat.

Hamburger diasosiasikan sebagai sesuatu yang praktis. Buku sebagai simbol wawasan dan pengetahuan. *Hamburger* isian buku

merepresentasikan sistem pengetahuan/informasi hari ini yang praktis.

Karya 4



Gambar 13. Karya 4 berjudul “Paket Kombo”, Mix media ukuran 150x100x30cm
Sumber: koleksi Miftakhur Rizki 2021

Ide karya

Karya terinspirasi dari *shopaholic*, yaitu kecenderungan belanja berlebihan yang sekarang terjadi pada masyarakat. Aktivitas belanja berperan penting di dalam perekonomian yang tentu tidak lepas dari perangkat belanja, yang sekarang kita kenal seperti uang, kartu kredit, aplikasi belanja, dll.

Kartu kredit menjadi fokus objek dalam karya ini, yang fungsinya sendiri untuk memudahkan transaksi, namun hakikatnya kartu kredit diciptakan kapital untuk membuat orang bergantung dan ketagihan. Ketidakbijakan menggunakan perangkat belanja. Kartu ini bisa menjadi nilai tanda yang menambah status sosial, sehingga banyak juga masyarakat yang memiliki kartu ini sekedar bergaya, mengabaikan fungsinya.

Deskripsi karya 4

Masyarakat modern memiliki perangkat belanja seperti kartu kredit untuk memudahkan transaksi dan mengelola keuangan, hal tersebut bisa menjadi bumerang finansial jika penghasilan kurang dari pengeluarannya. dapat menjerumus pada gila belanja. Kartu kredit diasosiasikan sebagai benda berkelas karena banyak digunakan dalam transaksi jual beli digital.

Sandwich (roti isi) sebagai analogi sesuatu yang menghimpit dan meringkas. Isian kartu kredit atau kartu belanja merepresentasikan masyarakat hari ini yang memiliki kartu kredit yang banyak. Meses *dollar* dan *bitcoin*, sebagai icon dari komoditas ekonomi. untuk mewakili aplikasi belanja *online* dan *Mbanking* (fasilitas transaksi).

Karya 5



Gambar 14. Karya 5 berjudul "Komitmen", Mix media ukuran 130x130x70cm
Sumber: koleksi Miftakur Rizki 2021

Ide karya

Karya terinspirasi dari hedonisme remaja di sekitar lingkungan perupa. Bersenang-senang khususnya belanja merupakan salah satu pilihan untuk melepas kepenatan dari jenuhnya bekerja dan aktifitas seharian. "Kesenangan" dilakukan sebagai wujud pelampiasan sesaat, yang terkadang jatuh pada kegiatan yang berlebihan. Kesenangan yang berlebihan oleh perupa perlu untuk diatur dengan penuh kesadaran diri.

Deskripsi karya 5

Budaya konsumtif seperti hedonis (bermewah-mewahan), *shopaholic* (gila belanja), fanatis terhadap komoditas (memuja produk), dan gaya hidup boros, budaya tersebut bisa menjadi pilihan ataupun dampak dari masyarakat modern

yang menanggungnya. Berbelanja, membeli, atau mengonsumsi sesuatu secara berlebihan dipilih masyarakat modern sebagai pelepas kepenatan bekerja, karena mampu memberi kenikmatan dan rasa senang sehingga terus-menerus diulang. Kenyamanan tersebut membawa rasa ketagihan yang berkepanjangan. Budaya konsumtif memiliki dampak negatif yaitu kesenjangan menuju kecemburuan sosial, sehingga perlu motivasi dan kontrol diri untuk menekannya agar tidak berdampak kepada hal-hal yang merugikan. Komitmen yang kuat diperlukan untuk membatasi agar tidak berlebihan mengonsumsi sesuatu.

Minuman kaleng sebagai simbol pelepas kepenatan, stress, lelah. "Brand" produk yang diplesetkan menjadi istilah konsumtif sebagai tanda mewakili budaya konsumtif dengan warna-warni yang berbeda. Kaleng yang diremukkan sebagai ekspresi penekanan terhadap budaya konsumtif itu sendiri.

Evaluasi Responden

Karya yang telah diciptakan perlu evaluasi dari responden, untuk memperoleh kritik, masukan, dan saran. Berikut ini pendapat responden seniman (ahli) mengenai karya perupa.

Nama	Sebagai	Respon
Abdul Sukur	Seniman Patung	Karya berpeluang besar masuk ke pasar, atau karya pesanan. Ide karya kekinian, sesuai kondisi masyarakat sekarang (konsumtif). Perlu mencoba bentuk abstrak dan eksplorasi media limbah spon eva, karena memiliki peluang tersendiri.
Agus Sukamto Koecink	Kurator Seni Penulis	Karya unik belum pernah ada di pameran sebelumnya. Ide budaya konsumtif perlu penegasan pemahaman. Teknik sudah bagus, berbeda dengan teknik patung pada umumnya.

Joko Pramono	Seniman Mix Media	Tema menarik, mewakili isu dan wacana hari ini. Warna terlalu ramai, perlu penyederhanaan Teknis sudah menguasai, perlu permainan ritme Media yang digunakan alternatif, berbeda dengan patung idealis pada umumnya. Karya cocok disegala ruang (outdoor/indoor) cocok di dinding , digantung, di lantai. Perlu detail dan kerapian
--------------	-------------------	---

Tabel 1. Responden Karya

REFLEKSI KARYA

Budaya konsumtif merupakan gejala yang timbul dari arus modernisasi, hal ini aktivitas konsumsi menjadi bagian penting dari kapitalisme. Masyarakat sekarang tidak hanya mengonsumsi makanan, tetapi juga tanda dan status sosial. Kecenderungan konsumsi yang berlebihan memunculkan banyak sekali fenomena yang memberi pengaruh pada gaya hidup. Perupa menguraikan permasalahan budaya konsumtif kedalam karya seni, dengan tujuan mengajak untuk mengurangi, karena konsumsi menjadi bagian dari masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara ekonomi. Konsumtif tidak sepenuhnya menjadi hal yang negatif asalkan tidak berlebihan dan sesuai dengan kemampuan kita. Gaya hidup merupakan bagian dari pilihan hidup sehingga perlu adanya kesadaran dan wawasan untuk cermat memutuskan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan.

Perkembangan seni patung selalu melampaui pakem tradisi dan terus berinovasi dari segi ide, teknik, dan media. Teknologi yang maju bisa menjadi kesempatan atau sebuah tantangan, tergantung dari cara kita menyikapinya karena seni pada hari ini sangat dinamis, terus berkembang. Seni juga menjadi bagian dari komoditas dan benda produksi, seni rupa juga tidak lepas dari komodifikasi, maka diperlukan efektivitas berkarya dengan ide atau imajinasi yang tinggi, karena akan bersaing

dengan produksi massal di dalam praktik berkarya dan kesenian. Saran secara khusus kepada praktisi seni, seniman, mahasiswa seni untuk terus mengembangkan wacana dan ide berkarya, lebih sensitif terhadap permasalahan yang terjadi disekitar (sosial dan lingkungan) serta terus imajinatif, mengeksplorasi ide, teknik, dan media baru. Secara umum kepada seluruh penikmat seni diharapkan untuk lebih mengapresiasi karya seni, memberi kritik dan masukan.

Karya yang diciptakan perupa tidak lepas dari kekurangan baik dari ide konsep maupun proses penciptaan, maka kritik dan saran sangat diperlukan agar bisa memperbaiki dan meningkatkan kualitas berkarya kedepannya.

REFERENSI

- amiruddin, A. f. (2018). gaya hidup shopaholic sebagai bentuk perilaku konsumtif. *indonesian journal of social and educational studies*.
- Barthes, R. (2011). *Mitologi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Baudrillard, J. P. (2011). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi wacana.
- Chaney, D. (2004). *Lifestyle sebuah pengantar*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Featherstone, M. (2008). *Posmodernisme dan budaya konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Hendriyana, H. (2018). *Metodologi penelitian penciptaan karya*. Bandung: Sunan ambu press.
- Ida, R. (2014). *Metode penelitian studi media dan kajian budaya*. Jakarta: Pranada media.
- Kartika, D. S. (2016). *Kreasi artistik*. Karanganyar: Citra sains.
- Piliang, Y. A. (2004). *Dunia yang dilipat: tamasya melampaui batas-batas kebudayaan*. Bandung: Jalasutra.
- SP, S. (2006). *Trilogi seni: penciptaan eksistensi dan kegunaan seni*. Yogyakarta: Institut seni indonesia.
- Suryajaya, M. (2016). *Sejarah Estetika*. Jakarta: Gang kabel.
- Susanto, M. (2006). *Diksi rupa*. Yogyakarta: Kanisius.