

PENCIPTAAN KARYA SENI FOTO PERILAKU KONSUMTIF DENGAN OBJEK POTRET DIRI

AZIZ WAHYUDI

S1 Pendidikan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya

e-mail : azizwahyuedi@gmail.com

Dr. Dody Doerjanto, M.Sn

e-mail : dodydoder@yahoo.co.id

Pendidikan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya

ABSTRAK

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan. Perilaku ini tidak berdasarkan pada kebutuhan, tetapi didorong oleh hasrat dan keinginan. Mendeskripsikan ide dan gagasan penciptaan, Teknik dan bentuk foto yang bertema *Penciptaan Karya Seni Foto Perilaku Konsumtif Dengan Objek Potret Diri*. Penciptaan karya seni foto ini meliputi eksplorasi yaitu pengamatan perilaku konsumtif yang ada di kehidupan sosial mengambil informasi dari buku, berita, surat kabar. Improvisasi, yaitu pengamatan melakukan pemotretan dengan menggunakan objek potret diri, Pembentukan yang meliputi, kamera, Komputer, *Software*. Ide penciptaan yang diterapkan dalam karya foto adalah perilaku konsumtif pada kaum muda yang menampilkan objek potret diri sebagai cerminan perilaku konsumtif itu sendiri. Teknik yang digunakan *editing* foto *Digital Imaging*, *cropping* dan penggabungan unsur visual melalui perangkat lunak. Dari proses kreatif yang telah dilakukan, Karya yang dihasilkan sebanyak 7 karya dalam kurun waktu 2016-2017.

Kata Kunci : Karya Seni, Foto, Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

Consumptive behavior is a human tendency to make unlimited consumption, buy something excessive. This behavior is not based on need, but is driven by desire and wants. Describe the ideas and concepts of creation, Techniques and the form of photos themed Creation of Photo Artwork Consumptive Behavior With Self Portrait Objects. The creation of this photo artwork involves the exploration of observing the consumptive behavior that exists in the social life taking information from books, news, newspapers. Improvisation, that is, the observation of shooting by using self-portrait objects, the formation that includes, camera, Computer, Software. The idea of creation which is applied in the work of photography is consumptive behavior in young people who display the object of self image as a reflection of consumer behavior itself. Techniques used Digital Imaging photo editing, cropping and incorporation of visual elements through software. From the creative process that have been done for two years during 2016-2017, it produced 7 artworks.

Keywords: Artwork, Photo, Consumptive Behavior.

PENDAHULUAN

Dalam berkesenian penulis banyak terpengaruh oleh lingkungan yang keseluruhan mempunyai jiwa seni dari ibu. Beliau seorang pembatik dan kedua kakak yang melalui pendidikan seni rupa. Proses berkesenian penulis dari bangku sekolah dasar yang sangat gemar menggambar dan coret-coret hingga jalur pendidikan Seni Rupa di Universitas Negeri Surabaya. Mulai mendalami tentang seni, seni lukis, seni fotografi dan seni media baru. Hingga jatuh hati pada konsentrasi intermedia dalam bentuk foto.

Ketika fotografi di terima sebagai bagian dari seni rupa, ihwal *representasi* ini pula yang menjadi tantangan langsung bagi para seniman, tentang bagaimana menaklukkan realitas visual dan meletakkan fotografi sebagai medium yang “relevan” (Akiq AW et al. 2015:98).

Fotografi adalah medium. Foto juga bisa menjadi bahasa. Sarana untuk bercerita, menyampaikan sebuah kisah atau pesan, lewat gambar fotografi. Cerita diartikan oleh penikmatnya. Beberapa gambar juga sebagai realita. Secara naluri manusia lahir dengan keindahan, karenanya manusia tidak pernah lepas dari kekaguman atas sesuatu yang memiliki nilai keindahan yang terjadi di sekitarnya. Gejala-gejala unik yang terjadi di alam raya inilah yang mampu membangkitkan berbagai macam perasaan dari kebahagiaan sampai pada kesedihan, dari rasa ramai menuju pada hal yang paling sepi. Sehingga biasa membangkitkan berbagai macam perasaan dari kebahagiaan sampai hal-hal yang menarik dari perilaku sosial, teknologi yang ada hingga yang sangat intim dari manusia itu sendiri.

Dari kekaguman dan kegelisahan ini lahir gagasan-gagasan untuk menciptakan sebuah karya seni rupa yang ada dalam karya foto, semua itu tidak lepas dari hasil

pengamatan dan hubungan sosial dengan lingkungan sekitar, yang dirumuskan menjadi sebuah pengalaman pribadi pada masa remaja, dari perasaan penulis, yang resah terhadap perilaku konsumtif dan produk-produk kapitalis, banyak dampak yang terjadi seperti berubahnya gaya hidup seseorang dan ego yang tinggi, dampak sosial juga terjadi sampai terbentuknya budaya hedonisme yang penulis rasakan di lingkungan sekitar kampus, rumah dan di perkotaan.

Perilaku konsumtif terjadi karena seseorang tidak biasa membedakan mana kebutuhan dan dengan mana yang keinginan. Kebutuhan adalah sesuatu yang harus dipenuhi manusia sebagai makhluk praksis (sebagai organisme dan makhluk sosial), seperti makanan, minuman, seks. Jika kebutuhan tidak terpenuhi maka hidup manusia tidak akan sejahtera. Sedangkan keinginan adalah kepuasan yang berlebihan atau tambahan setelah kebutuhan terpenuhi. Keinginan yang berlebihan berorientasi pada kerakusan rasa puas yang lebih manusia terhadap sesuatu.

Produk kapitalisme makanan siap saji dan barang-barang bermerek lainnya memberikan gengsi sosial yang tinggi dan identik sebagai makanan mewah yang banyak bermunculan di media masa maupun sosial media. Adanya anggapan bahwa barang-barang bermerek, tempat nongkrong mewah dan makanan siap saji merupakan makanan kaum elit mendorong kaum muda menjadi konsumen dari produk kapitalis. Hal ini menciptakan identitas gengsi, rasa iri pada kaum muda karena telah berubah menjadi identitas moderen.

Kaum muda serta masyarakat telah terhegemoni oleh budaya barat yang masuk ke Indonesia. Dimana adanya proses hegemoni ekonomi di ruang publik oleh kaum kapitalisme yang mencoba mengendalikan pemuda dan kaum bawah, akan semakin terjajah. Dampak yang diperoleh dari fenomena perilaku konsumtif, kesehatan tubuh, rasa gengsi tinggi, pengusaan sektor-sektor ekonomi, hilangnya budaya asli dari suatu Negara.

Dalam abat citra, citra mendoninasi persepsi kita pikiran kita dan juga penampilan kita, dan juga penilaian kita akan wajah serta gaya hidup seseorang. Menurut Nancy Etcoff, seorang psikologi Amerika dalam *survival of the Presttiest : The Sciene of beauty* (Etcoff.2000) menyebut gejala tersebut dengan *Lookisme*. *Lookisme* adalah faham yang beranggapan bahwa lebih baik tampilan anda, maka lebih sukseslah anda dalam kehidupan.

Perilaku konsumtif bukan lagi pada nilai kebutuhan, tetapi sesuatu yang disebut dengan simbol. Disini kemudian citra dan rasa gengsi menjadi sangat penting. Orang rela membayar, membeli begitu mahal untuk kepentingan gengsi dan citra. Misalnya membeli makanan di "McDonalds", makan di wilayah super mall atau restoran mewah. berkeinginan membeli benda-benda merek ternama supaya gaya. Yang semuanya dikuasi oleh kaum kapitalisme, secara kantong ekonomi tidak mampu digapai, kalupun tergapai akan mengorbankan kebutuhan yang penting. Dalam budaya kapitalisme global. Pandangan dan cara berfikir telah dikonstruksi sedemikian rupa menjadi sebuah mega proyek. Kaum muda dan masyarakat kontemporer Indonesia lebih menyenangi

gengsi. Lebih mementingkan gaya berpenampilan memakai merek-merek ternama dan tempat makan mewah daripada keperluan yang penting dan pokok perut kenyang dan sehat. Merakuskan diri membuat asosiasi-asosiasi yang tidak ada nilai gunanya.

Fotografi hanya dianggap sebatas dokumentasi atau keahlian teknis belaka. Pola pikir seperti inilah yang membuat kebanyakan orang sulit masuk dalam dunia seni rupa kontemporer. Bilamana seseorang mempunyai sikap mental fotografi sebagai seni, hal yang sifatnya teknis bukanlah hal yang terpenting. Pertama yang dipikirkan seniman adalah gagasan yang hendak di sampaikan. (Akiq AW et al. 2015:90). Proses pengolahan foto dengan *software photosop* merupakan salah satu hobi dan keisengan yang dilakukan penulis selain menggambar dan melukis. Proses ini sama saja melukis *digital* dengan bantuan *software* perangkat lunak. Menggunakan aplikasi edit foto untuk sarana menciptakan estetika dengan tambahan sedikit objek vector sebagai pemanis.

Melihat dari kecenderungan-kecenderungan sesuai dengan pengamatan yang pernah dilakukan dan pengalaman memotret, akhirnya mampu memunculkan sebuah imajiner terhadap sebuah objek dan memberi ruang pikir sebagai bahan renungan. Hal ini menjadi inspirasi yang selanjutnya akan diolah dalam penciptaan sebuah karya seni media baru berupa karya seni foto. Sesuai pengalaman dan lingkungan yang ada foto mewakili visual dari imajinasi penulis dari pengamatan hidup sehari-hari. Akan saya munculkan dalam karya seni foto bukan hanya sekedar foto, melainkan karya seni yang terkonsep, ada teknik dan makna di dalamnya sesuai apa adanya dari media foto.

Penciptaan karya seni foto ini lahir dari latar belakang lingkungan kaum muda pada perilaku konsumtif yang amat serakah terhadap produk-produk bermerek dan makanan siap saji, pengamatan terhadap gejala sosial dan pengalaman penulis masa muda dan kebebasan berekspresi yang paling utama. Hanya sebagai ekspresi kesenangan, pada lingkungan dan kepuasan diri sendiri.

1. Fokus Penciptaan

- 1) Ide, gagasan berupa foto terinspirasi dari perilaku konsumtif.
- 2) Proses penciptaan karya foto yang terinspirasi dari perilaku konsumtif.
- 3) Bentuk visual foto terinspirasi dari perilaku konsumtif.

2. Tujuan Penulisan

Tujuan dari Penulisan ini adalah mendeskripsikan penciptaan karya seni foto perilaku konsumtif, menjelaskan tentang konsep, gagasan dan teknik.

3. Manfaat Penciptaan

a. Bagipenulis

Menambah wawasan, kepekaan lingkungan serta pengalaman untuk menerangkan ide, menjelaskan karya yang ada dalam diri menjadi bentuk karya dan teknik foto, *digitalediting*, selama masa kuliah.

Melatih penulis untuk mendeskripsikan karya dalam bentuk tulisan dan melatih menjelaskan karya seni di ruang publik dan penikmat seni.

b. Bagijurusan Seni Rupa

Sebagaimana pustaka dan wacana untuk menambah pengetahuan tentang seni rupa. Dan seni rupa masa kini konsentrasi intermedia dan seni kontemporer. Dapat menambah referensi dan literatur bagi mahasiswa UNESA khususnya mahasiswa seni rupa.

METODE PENCIPTAAN

Dalam penciptaan karya seni terdapat beberapa tahap, proses pembuatan karya seni foto sehingga bisa terwujud, melakukan pengamatan, ide, eksplorasi konsep, eksplorasi visual hingga sampai terwujudnya karya seni antara lain metode yang digunakan sebagai berikut :

Ide

Ide adalah rancangan, cita-cita, atau gagasan yang tersusun di dalam pikiran (Kamus Besar Bahasa Indonesia: 1995). Pokok isi yang dibicarakan oleh perupa melalui karya-karyanya, ide atau pokok isi merupakan sesuatu yang hendak diketengahkan. Dalam hal ini banyak hal yang dapat dipakai sebagai ide, pada umumnya mencakup benda, alam, peristiwa, proses teknis, dan pengalaman pribadi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ide merupakan pokok isi dari suatu gagasan dalam jangka waktu yang tidak menentu terhadap respon yang disengaja maupun tidak pada hal tertentu.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia penciptaan berasal dari kata dasar Cipta yang berarti kemampuan pikiran untuk mengadakan sesuatu yang baru atau angan-angan yang kreatif. Sedangkan penciptaan adalah proses, cara, perbuatan menciptakan. Sebuah karya seni tidak dapat terlepas dari proses penciptaannya dan si pencipta itu sendiri. Mencipta pada dasarnya adalah melahirkan sesuatu. Walaupun proses kelahirannya itu diwarnai oleh derita, rasa duka atau rasa takut, semuanya akhirnya bermuara pada rasa suka cita (Sahman, 1993:66).

Proses Kreatif

Proses kreatif sama halnya dengan suara-suara bawa sadar. Ketika kita memasuki ruang bawa sadar yang terasa sebagai pusat segala kesadaran yang terungkap dalam gerak, suara, dan bentuk visual. Dari sini seni dapat dipandang sebagai pengentalan pandangan-pandangan filsafatis, kebulatan-kebulatan kesadaran hidup (Susanto, 2003:9). Berproses kreatif penulis merasakan lingkungan merenungkan, kegelisahan melihat perilaku masyarakat

diproses dalam pemikiran sampai memunculkan ide dan gagasan sampai terwujudnya karya seni.

Proses kreatif adalah luasnya kegiatan mental dan fisik mulai dari dorongan awal hingga sentuhan terakhir, yaitu kita bermaksud dan mencapai karya seni itu selesai (Darsono. 2007:73). Keterampilan adalah salah satu unsur pendorong seniman untuk berproses kreatif. Dalam hal ini interaksi seniman dengan sarana yang digunakan perangkat Komputer, *software* dan kamera, mempengaruhi seberapa kuat keterampilan yang dimiliki seniman. Lalu intensitas interaksi mempengaruhi jangkauan waktu ketika berproses kreatif. Selain intensitas interaksi dengan sarana, faktor bakat, lingkungan, kesempatan, juga mempengaruhi keterampilan yang mampu dikuasai oleh seniman.

Konsep

Konsep adalah pokok utama yang mendasari keseluruhan pemikiran. Konsep biasanya hanya ada dalam pikiran atau kadang-kadang tertulis secara singkat. Keberhasilan konsep tergantung pada pemantulan realitas objektif didalamnya. Konsep sangat berarti dalam berkarya seni (Susanto, 2011:227).

Konsep merupakan jembatan antara seniman dengan publik seni, sehingga karya seni menjadi jelas. Penulis menjadikan perilaku konsumtif pada kaum muda sebagai konsep karya dan objek potret diri sebagai cerminan perilaku konsumtif itu sendiri.

1. Eksplorasi konsep

Karya seni foto ini mengangkat tentang betapa mengerikannya penyebaran produk kapitalis yang meracuni masyarakat dan kalangan kaum muda sampai munculnya budaya konsumerisme perilaku konsumtif, begitu serakahnya pemuda pada masa moderen ini. Banyak unsur simbol-simbol terhadap perilaku konsumtif dan kritik produk kapitalis dan makanan siap saji. Penggabungan beberapa unsur visual inilah sebagai fokus penciptaan karya. Visual foto potret diri sebagai cerminan perilaku konsumtif kaum muda saat ini. Gambar fiktif penanda sebagai kritik produk kapitalis yang merajalela di mall maupun pasar *online*. penulis melakukan proses *editing* dengan *software photoshop*, *corell draw* dan *adobe illustrator* sebagai alat bantu untuk mencapai rasa estetis.

2. Eksplorasi Visual

Proses penciptaan seni tugas akhir ini penulis dimulai dari duduk dibangku kuliah Tahun 2013 penulis mulai mengeksplorasi foto dan karya *Digital Imaging*, adanya matakuliah fotografi dan konsentrasi Intermedia, dengan berbagai media fotografi dan teknik *editing* yang sangat beragam. Nantinya penulis akan menggunakan kamera untuk secara realistis merekam konseptual

pemikiran ide yang dirasakan, penulis akan menampilkan kejujur apa adanya, mempertontonkan ketidak indahan, subyektifitas, kesenangan, realitas sosial hinga yang sangat intim. Terhadap perilaku konsumtif pada kaum muda.

3. Explorasi Medium

a. Medium

Medium adalah perantara yang bias dipakai untuk menyebut berbagai hal yang berhubungan dengan bahan (termasuk alat dan teknik) yang dipakai dalam karya seni. Medium merupakan hal yang penting dalam pembuatan karya, penulis memilih medium perangkat lunak pada komputer yang disukai dan nyaman, Sebagai alat bantu mengolah visual foto, medium juga sebagai jembatan penulis dan karya yang akan diciptakan.

PROSES DAN HASIL PENCIPTAAN SENI

A. Kerangka Penciptaan

Dalam penciptaan karya foto dengan proses penciptaan melalu medium perangkat lunak kerangka yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :



Gambar 3.11

Proses penciptaan

(Dok. Dody Dorjanto, 2016)

1. Pemotretan



Gambar 3.12

Sesi Pemotretan (Doc. Penulis)

2. Perancangan Dengan Perangkat Lunak

a. Pemindahan gambar ke perangkat Lunak



Gambar 3.13

Layer baru (Dok. Penulis)

Proses cropping



Gambar 3.15

Cropping (Doc. Penulis)

Penempelan gambar



Gambar 3.16

Penempelan objek (Dok.Penulis)

filterasi dan lighting



Gambar 3.17

Penyelarasan Cahaya (Dok. Penulis)

Garis vector



Gambar 3.18

Vector (doc. Penulis)

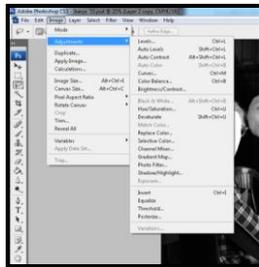
Pemberian efek bayangan



Gambar 3.19

Pembuatan bayangan (doc. Penulis)

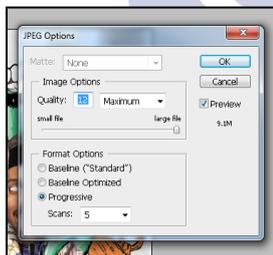
Sentuhan Akhir



Gambar 3.20

Tools Finishing (doc. Penulis)

Export format JPEG



Gambar 3.21

Proses Export ke JPEG (Doc.Penulis)

Kemasan Karya



Gambar 3.23

Kemasan Karya Neon Box (Dok. Penulis)

Hasil Karya

A. Diskripsi Karya

1. Karya 1

Gambar 4.1

Karya 1 (2017)

(dok. Penulis, 2017)

The Agent Of Capitalism

90 cm x 60 cm, Print on paper



Ide

Seperti yang dikatakan sebelumnya, budaya konsumtif berakar dari kapitalisme dan tujuan utama kapitalisme sendiri adalah mencari keuntungan dengan cara membuat kita terus berkonsumsi.

Saat ini, konsumerisme telah menjadi suatu habitus yang keberadaannya benar-benar tidak dirasakan dan dipahami oleh masyarakat selaku aktornya. Revolusi industri telah merubah perilaku masyarakat kaum muda yang identik dengan daya emosional ber ego tinggi dan ingin selalu memiliki eksistensi tinggi.

Deskripsi visual:

Dalam karya kesatu kapitalis yang mengatur sebuah ekosistem perkembangan budaya konsumtif, kaum kapitalis telah memberi pandangan melalui iklan-iklan dan paradigma sosial, bahwa mengkonsumsi produk hamburger sebuah makanan siap saji ini terdapat daya pandangan sosial terdapat pandangan elegan dalam kelompok. Muka yang telah lepas sebagai simbolisasi korban perilaku konsumtif. Alat komunikasi telfon konsumen telah dimudahkan dengan menghubungi 14045, kaum kapitalis telah memanfaatkan teknologi komunikasi sebagai sarana mempermudah konsumen untuk menikmati produk. Komponen kursi dengan gaya aristokrat sebagai makna kemewahan kaum muda yang ingin tampil mewah, tempat duduk merupakan tahtah, mempunyai interpretasi sebagai kaum kapitalis yang berkuasa. Memunculkankesan tempo dulu pada kemunculnya gejala perilaku konsumtif pada Tahun 90an di Amerika, Perabotan klasik dan warna gelap memberi kesan suasana pada saat kemunculan produk kapitalis. Baju putih bersih tanpa merek melambangkan kebersihan kesucian dari diri manusia disini simbol dari pembentengan diri terhadap perilaku konsumtif. Karena manusia merupakan makhluk yang tidak pernah puas.

Karya 2



Gambar 4.2

Karya 2 (dok. Penulis, 2017)

Hedonisme

90 cm x 60 cm Print on paper

Ide

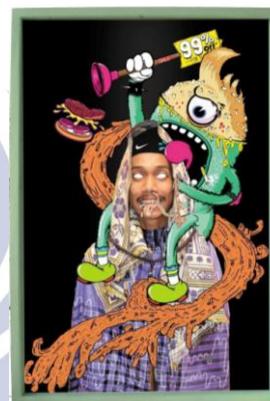
Ketika seseorang telah masuk dalam ranah kapitalisme budaya populer, yang mengutamakan gaya hidup. Eksistensi dalam panggung sandiwara ini adalah ingin mendapatkan pujian atau sedang mereduksi berbagai persepsi orang lain melalui penampilannya. Mengejar kenikmatan menganggap kesenangan dan materi merupakan merupakan tujuan utama dalam hidup. di saat seseorang menemukan barang yang pernah diiklankan di media masa televisi, Koran majalah, dan media sosial di internet terdapat dorongan ingin memiliki dan terdapat pandangan barang tersebut merupakan barang yang menarik terpercaya karena sudah beredar luas dan terkenal melalui konstruksi media masa.

Deskripsi visual:

Dalam karya kedua ini, menggambarkan sosok anak yang trendi gaul, gelamor hanya mengedepankan kesenangan dan materi dengan membawa merek ternama dan di dalam tas belanja isinya suatu hewan iguana yang menggerogoti keuangan. Sebuah kata kata SALE “Diskon” yang terdapat pada kaca mata, mempunyai daya tinggi berkeinginan untuk memiliki, kata “Diskon” memberi pancingan kepada anak-anak muda yang berkeinginan tinggi terhadap produk-produk yang mempunyai brand yang telah di iklankan secara luas. Secara tidak langsung perilaku konsumtif yang mementingkan keinginan daripada kebutuhan pokok, diskon produk memancing pemuda untuk membeli walaupun memaksakan keuangannya, sebuah virus yang dibuat kaum kapitalis telah melanda kaum muda. Memaksa keuangan untuk bergaya. Dengan latar gelap warna hitam dimaksud untuk memperkuat objek yang ada di depan, hitam memiliki makna maskulin, memiliki potensi, juga memberikan kesan keritis, warna yang gelap tetapi elegan. Terdapat mimik wajah yang cuwek dan

mengeluarkan lidah sebagai ejekan terhadap produk-produk kapitalis. *barcode* yang terdapat di lidah sebagai simbol konsumtif tiada batas produk-produk yang ada di mall ataupun pasar *online*. Ketika manusia mengambil posisi yang saling bertentangan. Disuatu sisi manusia, manusia yakin bahwa jasmani sebagai ukuran sehingga kenikmatannya dikejar, antara lain munculnya hedonisme. Di pihak lain ada sekelompok manusia bahwa jasmani ada sesuatu yang sederhana, sehingga tidak memiliki makna apapun dalam membangun martabat seseorang.

Karya 3



Gambar 4.3

Karya 3(dok. Penulis, 2017)

Addictive Konsumtif

90 cm x 60 cm Print on paper

Ide

Promo dan diskon merupakan faktor yang umum terhadap perilaku konsumtif anak muda jaman sekarang mereka mudah sekali tergiur dengan promo, diskon dan bonus yang ditawarkan. Dalam penampilannya sehari-hari,

Deskripsi visual:

Dalam karya ketiga ini berjudul “*Addictive Konsumtif*” mengkonsumsi barang yang berlebihan, penulis menuangkan objek *monster* membawa icon diskon dalam alat penyedot wc, sebagai simbol penarik minat kaum muda untuk membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu penting untuk dibeli hanya mempertimbangkan kepuasan diri. Unsur warna-warna yang kuat dan gelap di latarnya supaya memberikan power pada objek dengan menggunakan irama ritme dwimatra sebagai penunjang rasa estetis. Visual potret diri mata putih melotot dan sumringah mengibaratkan kaum muda hanya mengedepankan emosi ego yang tinggi untuk gaya hidup. Objek *visual monster* seolah-olah menyerang objek visual manusia, keinginan mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan. *Visual* atribut motif sarung yang tidak lazim tanpa merek non formal sebagai simbol pertahanan diri melawan arus globalisasi. Kalung

tasbih suatu tanda interpretasi semiosis Manusia tidak hanya sebagai makhluk dengan kebutuhan jasmani saja. Manusia bukan sekedar makhluk yang cukup dengan hanya makan, minum, hasrat ego yang tinggi, hubungan seksual dengan lawan jenis. Manusia merupakan makhluk yang juga membutuhkan pemenuhan kebutuhan “Spiritual”. Karya foto ini sedikit menyindir tentang sebuah pandangan gaya hidup konsumtif yang telah menjadi polemik di lingkungan penulis saling terpengaruh dan dipengaruhi tercipta karena ingin dipandang sebagai anak yang gaul dan *up to date*, agar diterima di pergaulan. Sajadah adalah atribut keagamaan estetika semiosis mempunyai interpretasi untuk mengembangkan mengangkat kebutuhan jasmani ke tingkat ruhani dan meneguhkan eksistensi diri dengan memiliki kehidupan yang berarti bagi orang lain. Inilah gelar amal manusia.

karya 4



Gambar 4.4

Karya 4 (dok. Penulis, 2017)

Pemain Pasar

90 cm x 60 cm Print on paper

Ide

Masyarakat telah terhipnotis terbuju rayu iklan strategi pemasaran melalui media masa, minuman dan makanan yang biasa, hanya berbeda dalam pengemasan dan cara produksi maupun penyajian, apa bedanya dengan produk tanpa merek dan tidak di produksi secara masal banyak pergeseran sudut pandang masyarakat moderen. Telah meracuni pandangan kaum muda. Coklat, manis, bersoda. Coca-Cola telah berumur 125 tahun. Sebuah minuman, sebuah mitos, virus yang menginfeksi hampir seluruh dunia.

Deskripsi visual:

Dalam karya ke empat mencerminkan sebuah perkembangan media masa publik figur yang sangat terkenal pada masanya di Amerika dan dunia “Marilyn Monroe” memaknai seorang figur besar turut andil sebagai penjunjung produk kapitalis yang saat ini melanda

demam virus minuman cola ini di seluru Negara di Dunia. Simbol topi raja dalam karya ini sebagai ungkapan penjajahan budaya yang baru ini. Tengkorang adalah tulang kepala dalam gambar visual, suatu pemaknaan posisi yang diatas, kepala merupakan pimpinan dalam jabatan.mengibaratkan konstruksi kapitalis yang sangat menyeramkan terlihat dari pergeseran budaya perilaku masyarakat. Latar kelasik era 90an ingin mengajak dan merasakan suasana pada era kemunculan produk-produk kapitalis yang diiringi kemunculan coca-cola, Mcdonalds sebagai boming pola konsumtif di Amerika pada saat itu. visualvector mengikis budaya *local* yang ada dan sangat sulit menghindar karena kita telah masuk ke era media yang sangat cepat. Unsur sarung atau Sewek (dalam bahasa jawa) yang di munculkan atribut ini memiliki makna estetik juga simbolis sarung bukan atribut pakaian formal produk yang bukan identik dengan gaya melainkan memiliki makna kesederhanaan yang dimili manusia untuk menghindari perilaku konsumtif yang mengedepankan ego emosi semata.

Karya 5



Gambar 4.5

Karya 5 dok. Penulis, 2017)

Kesadaran Palsu

90 cm x 60 cm Print on paper

Ide

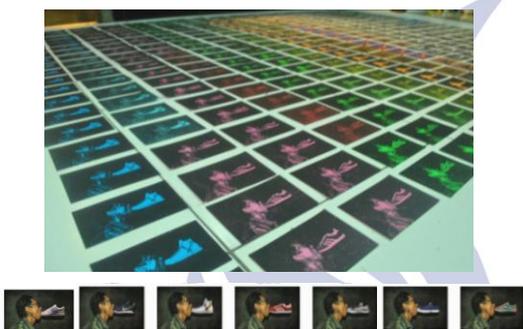
Masa teknologi informasi yang maju ini adalah minoritas masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi. Perilaku konsumtif telah menjadi budaya, yaitu budaya konsumerisme. Bagi masyarakat konsumen, saat ini hampir tidak ada ruang dan waktu tersisa untuk menghindari diri dari serbuan berbagai informasi yang berurusan dengan kegiatan konsumsi.

Deskripsi visual:

Dalam visual karya ke lima ini terdapat icon boneka “Mcdonald’s” sedang membawa pistol berbackground makanan lokal nasi pecel. penulis memaknai karya foto sebagai lunturnya budaya lokal. Kata “Mcdonald’s” bagi masyarakat Indonesia mungkin tidak lagi asing di dengar, secara langsung kita akan tertuju pada yang namanya hamburger, ayam, minuman cola, tempat

nongkrong dan masih banyak lagi. Visual pistol “Mcdonald’s bukan saja menghasilkan makanan, melainkan gaya hidup. Internalisasi bahasa dan tanda yang dimaksud adalah mengkonsumsi “Mcdonald’s” bukan hanya untuk mengis perut tetapi juga mendapat nilai tinggi rasa gengsi bilamana mengkonsumsi dan nongkrong ditempat makannya member ras ego dan pandangan sosial yang ingin dipandang sebagai kaum elit dari balik itu kaum muda memaksakan keangannya untuk mendapatkan keinginan yang disebut pandangan citra sosial dilingkungannya. sebagai tanda nilai sosial dimasyarakat, makanan local telah di pandang sebelah mata dan rendah.

Karya 6



Gambar 4.6

Karya 6 (dok. Penulis, 2017)
Lulusan Siap konsumsi
9.5 cm x 7 cm, 351 foto print on paper

Ide

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kompas Indonesia pada tahun 2012 menunjukkan mahasiswa memiliki minat untuk berbelanja dan lebih cenderung berperilaku konsumtif dibandingkan dengan orang tua maupun pelajar SMA. Umumnya mahasiswa melakukan belanja bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup yang menjadikan seseorang menjadi boros atau dalam perilaku konsumtif disebut konsumerisme.

Deskripsi visual:

Visual foto potret memakan memasukkan sepatu kemulut memberi kesan dramatis. Beberapa sepatu bermerek mencerminkan kaum muda kerakusan terhadap produk-produk *fashion* merek ternama. Flannel dan kacamata merupakan unsur pelengkap memberi kesan sebagai gambaran kaum muda. Dari pengamatan penulis pemuda saat ini rata-rata satu orang mempunyai belasan sepatu yang tidak semuanya perlu dipakai hanya mengedepankan emosi ego dan gaya saja sangat jauh dari kebutuhan pokok untuk itu karya foto ini menggunakan pengulangan

objek (*repetisi*). Perilaku konsumtif yang tinggi tersebut kemudian telah menjelma menjadi tren *shopaholic* (belanja berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan) suatu barang yang lagi *up to date* maka tanpa pikir panjang akan dibeli. Memaksakan kantong yang minim untuk membeli sampai hutangpun dilakukan dalam era citra ini yang di lihat adalah penampilan memaksa keungan yang minim untuk berpenampilan menarik dan memakai barang-barang ternama hanya untuk gengsi dan di akui dalam kalangan muda mudi. Pengulangan objek repetisi dan beberapa warna yang dimunculan biru, merah, hijau, putih dan hitam sebagai unsur estetis dan irama dwimatra supaya terlihat enak dipandang dan mempertimbangkan penataan komposisi yang baik.

Karya 7



Gambar 4.7

Karya 7 Dok. Penulis, 2016
Kegombalan Globalisasi

21 cm x 69 cm, 6 panel Print on film paper (Lightbox)

Ide

Kini perilaku konsumtif telah menjadi gaya hidup yang mempengaruhi kehidupan masyarakat kita melanda kaum muda dan mahasiswa. Gaya hidup yang menonjolkan kemewahan, kesenangan, dan berfoya-foya menghamburkan uang karena pengaruh *Wesrtenisasi* (berperilaku kebarat-baratan).

Deskripsi visual:

Pada karya ke tuju ini keseluruhannya adalah visual uang dan sedikit kritik dan unsur komedi, Pada awalnya fungsi uang hanyalah sebagai alat tukar yang sah dan untuk memperlancar perekonomian. Namun seiring dengan perkembangan zaman fungsi uang pun sudah beralih pertukarannya dari alat tukar ke fungsi yang lebih luas. Memiliki uang diidentengkan dengan kemewahan dalam pandangan sosial, ada pemetaan kaum elit dan kaum bawah. Apakah dengan uang orang bias di pandang.

Perilaku konsumtif yang berlebihan bias memicu korupsi, mencuri, dan kejahatan yang lain. Korban gaya hidup mewah kebanyakan orang tidak mau ketinggalan dengan gaya hidup masa kini yang serba mewah, Bahkan tak jarang mereka menghabiskan banyak uang hanya untuk gaya hidup tersebut padahal di balik itu mereka bergaji kecil ada juga masih meminta orang tuanya ada juga sampai meminjam uang untuk memuaskan keinginan berbelanja barang mewah sungguh ironis sekali budaya pada anak muda saat ini yang ingin eksistensi dan gaya gelamor. Beberapa ekspresi wajah yang ada sebagai keritik juga simbolisasi unsur estetis eksistensi diri pemuda terhadap gaya hidup yang hanya mengedepankan kesenangan dan materi. Dengan menggunakan unsure warna dan garis-garis tekstur yang ada penulis tidak ingin menghilangkan kesan yang sebenarnya supaya memberi rasa estetis yang ditimbulkan untuk menunjang karya seni foto ini, dalam unsur gambar menggunakan irama garis dan tekstur untuk memberi kesan yang asli pada penikmat seni. media kertas menggunakan kertas film yang biasanya digunakan untuk bahan *neon box*. Kertas film ini bahannya sangat bagus dan transparan supaya cahaya yang dikeluarkan lampu LED di dalam bingkai lebih rata dan sempurna. Gambar yang mengadopsi dari visual uang Negara-Negara di dunia antara lain mata uang, Amerika, Australia, Afrika, Arab, Cina, Canada, Jepang, Jordania, Jerman, Hungaria, Malaysia, Thailand, Peru, Pakistan, Taiwan, Serbia. Sebagai perwakilan beberapa macam mata uang.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Selama proses berkarya dalam kurun waktu 2016 - 2017 akhirnya skripsi berjudul "Penciptaan Karya Seni Foto Perilaku Konsumtif Dengan Objek Potret Diri" yang menghasilkan 7 karya. Penciptaan karya seni foto telah berjalan dengan baik dan lancar, dengan kesimpulan sebagai berikut :

Ide gagasan penciptaan karya seni foto dengan figur-figur manusia potret penulis sendiri dan dipadukan gambar fiktif, perilaku konsumtif ini merefleksikan sebuah gaya hidup kaum muda saat ini. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan. Perilaku ini tidak berdasarkan pada kebutuhan, tetapi didorong oleh hasrat dan keinginan. Keinginan tampil bergaya, tampil lebih percaya diri dengan memiliki merek-merek ternama, keinginan memakai produk dan belanja nongkrong di tempat yang elit untuk mendongkarak gaya dan gengsi semata dan sudut

pandang orang lain, telah menyebabkan para kaum muda menganggap bahwa mengkonsumsi produk produk ternama merupakan suatu pemenuhan kebutuhan. Namun tanpa mereka sadari disinilah letak perilaku konsumtif tersebut muncul. Yakni ketika mereka tidak dapat lagi membedakan antara sebuah keinginan dan pemenuhan kebutuhan.

Proses penciptaan karya seni foto meliputi proses pemotretan dengan teknik *Rule of third* tahap seleksi pemilihan objek gambar yang sesuai dengan konsep dan dilanjutkan dalam proses *editing* pengolahan dengan bantuan perangkat lunak *Software Photoshop* dengan memadukan komposisi estetis prinsip dwimatra, garis, bentuk, warna, gelap terang yang ada dalam bentuk karya seni foto. Hampir semua karya seni foto ini menggunakan prinsip harmoni, irama dan kontras, penyusunan unsur-unsur seni rupa ini untuk memaksimalkan sebuah visual dalam bentuk karya seni foto.

Bentuk visualisasi yang tercipta adalah karya seni foto dengan bantuan perangkat lunak dan kamera karya foto ini bisa tercipta dengan objek potret diri sebagai cerminan perilaku konsumtif, Karya ini memiliki makna serta bentuk yang imajinatif. Memberikan rasa estetis baru bagi setiap penikmatnya. Setiap karya seni akan memunculkan berbagai persepsi bagi penikmatnya. Adanya makna konsumtif adanya unsur bentuk, tekstur, garis, warna, komposisi dan gelap terang sehingga karya foto dapat terwujud dengan baik dalam karya ini. Menggunakan media cetak print di atas kertas dan kertas film, proses pengemasan menggunakan pigura dan *lighting box* sebagai pendukung kerapian juga memberi kesan elegan. Karya yang dihasilkan sebanyak 7 karya foto *Digital Imaging*, antara lain berjudul : *The Agent Of Capitalism* (90x60 cm), *Hedonisme* (90x60, cm) *Addictive Konsumtif* (90x60cm), *Pemain Pasar* (90x60 cm), *Kesadaran palsu* (90x60 cm), *Lulusan Siap Konsumsi* (9.5 cm x 7 cm, 351 foto), *Kegombalan Globalisasi* (21 cm x 69 cm, 6 panel).

B. Saran

Banyak pengalaman yang dapat menjadi sebuah saran untuk produksi berikutnya dengan tujuan mencapai hasil yang lebih maksimal lagi. Pertama yang harus dilakukan dalam penciptaan seni foto diperlukan sebuah ketelitian dan kecerdasan dalam berfikir karena foto tidak sekedar dekorasi yang menghias ruangan, tetapi seluruh unsur atau elemen yang ada sama pentingnya harus saling terhubung dan tidak bisa dipisahkan dengan konsep tersebut. Pemasangan karya yang ditampilkan diperlukan

kepekaan dan kerapian penyajian membangun ruang supaya penampilan karya bisa maksimal.

Terakhir adalah sangat berkaitan dengan teknis dan cetak, karya seni jenis ini sangat tergantung kepada alat-alat elektronik yang dihidupkan dengan tenaga listrik. masalah cetak kita harus teliti dan memilih percetakan yang bagus dan terpercaya supaya hasil foto yang diinginkan menjadi maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Akiq AW, Alia Swastika. 2016. Cerita Sebuah Ruang—Menghidupi Ekspektasi: Membaca Fotografi Kontemporer Indonesia Melalui Praktik Ruang Mes 56. Yogyakarta: IndoArtNow
- Ahmad, Elya, Syam, Asy. 2012. *Praktek Dan Wacana Video Art di Surabaya*: Surabaya. Dewan Kesenian Jawa Timur
- Baudrillard, J .2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Basu Swastha dan Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPEE.
- Bull, Stephen. 2010. *Photography*. Oxon: Routledge.
- Djelantik, A.A.M. 1999. *Estetika sebuah pengantar, Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia* : Bandung.
- Dharsono, Sony Kartika. 2004. *Seni Rupa Moderen*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Depdiknas. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Danto, Arthur C. 1995. *After The End of Art*. Princenton: Princenton University Press.
- EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja. 2000. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Penerbit Difa Publisher.
- Etcoff, Nancy. 2000. *survival of the Presttiest*. New York, United Statws: Bantam Doubleday Dell Publisher Group Inc.
- Engel, J.F., Blackwell, Miniard. 1995. *Consumen Behavior*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Featherstone, Mike. 2008. *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hadi, Sumandyo. (2007). *Seni dalam Ritual Agama*. Balai Pustaka 2006.Yogyakarta.
- Junaidi, Deni. 2016. *Estetika: jalinan subjek, objek dan nilai*. Yogyakarta: BP ISI
- John Storey. 2006. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kamus besar bahasa Indonesia.1995. Balai Pustaka. Jakarta.
- Moelyono. 1997. *Seni Rupa Penyadaran*. Yogyakarta :Bentang Budaya.
- Mardohar Batu Bornok. 2015. *Estetika Fotografi*. Lembaga Penelitian: Universitas Katolik Parahyangan
- McCloud, Scott.2008. *Reinventing Comics*, Jakarta : Penerbit Gramedia.
- Sudira Made Bambang Oka. 2010. *Ilmu seni teori dan praktik*. Jakarta. Inti prima.
- Sugiharto, Bambang. 2013. *Untuk Apa Seni*. Bandung: Matahari.
- Susanto, Mikke. 2002. *Diksi Rupa*. Yogyakarta: Kanisius
- Supangkat, Jim (Ed.). 1979. *“Gerakan Seni Rupa Baru Indonesia”*. Jakarta: PT Gramedia.
- Susanto, M.2012. *Diksi Rupa: Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa*.Yogyakarta: DictiArt Lab
- Sahman, Humar. (1993). *Mengenali Dunia Seni Rupa, Tentang Seni, Karya Seni, Aktivitas Kreatif, Apresiasi, Kritik dan Estetika*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Saidi, Acep Iwan. 2008. *Narasi Simbolik Seni Rupa Kontemporer Indonesia*. Yogyakarta: ISACBOOK.
- Synnott, Anthony. 1993. *Tubuh Sosial: Symbolisme, Diri dan Masyarakat*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Susanto, Mikke. 2003. *Membongkar Seni Rupa*. Yogyakarta: Jendela
- Tiurma Yustisi Sari. 2009. *Hubungan antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri. Skripsi S1*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.

Katalog :

Teja Putra Lesmana. 2016. *“Dear Art World”*. Surabaya: Visma Art Gallery.

Website :

archive.ivaa-online.org/pelakuseni/wedhar-riyadi/
Asry, M. 2006. *Kebutuhan atau Gaya Hidup Konsumtif*. Diakses dari <http://www.sriwijayapost.com/index.php/kebutuhan-atau-gaya-hidupkonsumtif/konsumtif> pada tanggal 07 Oktober 2017, pukul 09.00 WIB.

Gryushan. 2011. *Digital Art Definisi Seni Digital*. Diakses dari <https://gryushanstudio.wordpress.com/2011/09/28/digital-art-definisi-seni-digital-2/> pada tanggal 18 juni 2017, pukul 12.00 WIB.

<http://www.arkgalerie.com/artists/10-wedhar-riyadi?layout=blog>
<https://gryushanstudio.wordpress.com/2011/09/28/digital-art-definisi-seni-digital-2/>
https://id.wikipedia.org/wiki/Space_Jam
https://id.wikipedia.org/wiki/Montase_foto

INTERNET:

<http://ivaa-online.org>
<http://indoartnow.com>
<http://ruangrupa.org>