

STUDI KARYA SENI PATUNG FOUND OBJECT DAN ISU KONSUMTIF DI MASA PANDEMI

Demas Fajar Ariya¹, Budi P.M.Tobing M.Sn², Jimmy Ivan Suhendro M.Sn³,
Firman Lie M.Sn⁴

¹demas@ikj.ac.id, ²buditobing@ikj.ac.id, ³jimmy@ikj.ac.id, ⁴firman@ikj.ac.id,
Fakultas Seni Rupa, Institut Kesenian Jakarta

Abstrak

Tindakan konsumtif merupakan suatu kegiatan yang tidak pernah bisa lepas dari masyarakat, mulai dari zaman nenek moyang tindakan konsumtif dilakukan untuk bertahan hidup. pada modern ini dilakukan untuk memuaskan keinginan dan ketakutan masyarakat dalam menghadapi suatu wabah. Tindakan konsumtif pada masa pandemi ini kebanyakan terjadi pada bahan pangan, dan alat kesehatan masker sekali pakai. Penelitian ini bertujuan untuk menggali adanya gaya hidup konsumtif yang terjadi di masyarakat selama masa pandemi untuk dasar menjadi ide visual dalam pembuatan karya seni patung found object. Material patung menggunakan media kemasan produk industri, plastik dan masker sekali pakai pada karya patung found object sebagai simbol tindakan konsumtif yang menghasilkan banyak sampah kemasan. Metode yang dilakukan untuk penelitian ini adalah metode kualitatif, dimana penelitian dilakukan dengan pengumpulan data baik secara literatur, survei lapangan maupun wawancara narasumber. Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan terkait perkembangan karya seni patung.

Kata kunci : isu konsumtif; masa pandemi, patung found object

Abstract

Consumptive action is an activity that can never be separated from society, starting from the time of the ancestors, consumptive actions are carried out to survive. In modern times this is done to satisfy people's desires and fears in dealing with an epidemic. Consumptive acts during this pandemic period mostly occur in raw materials, food, and disposable masks. This study aims to explore the existence of a consumptive lifestyle that occurs in society during the pandemic period to become the basis for visual ideas in making found object sculptures. Sculpture materials use industrial product packaging media, plastic and disposable masks on the found object sculpture as a symbol of consumptive acts that produce a lot of packaging waste, as well as interviewing sources. It is hoped that this research can increase knowledge related to the development of sculpture

Keywords: consumer issues; pandemic period; found object statue

Pendahuluan

Tindakan konsumtif memiliki tujuan utama yang ingin diperoleh manusia, yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup serta kepuasan. Pada umumnya, kegiatan konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari bagi masyarakat tradisional, sedangkan bagi masyarakat modern yang hidup di daerah perkotaan kegiatan konsumsi dilakukan untuk mempertahankan hidup serta untuk memperoleh kesenangan dan harga diri. Secara psikologis perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman. Hal ini disebabkan individu selalu merasa adanya tuntutan untuk membeli barang

yang diinginkannya akan tetapi kegiatan pembelian tidak ditunjang dengan finansial yang memadai sehingga timbulnya rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi. Individu akan merasa rendah diri apabila ia tidak bisa membeli apa yang diinginkannya (Fransisca & Suyasa, 2005). Namun tindakan konsumtif yang terjadi di masa pandemi covid-19 yang sering disebut kepanikan memborong barang (panic buying) dalam jumlah besar untuk mengantisipasi suatu yang mungkin terjadi atau kelangkaan barang konsumsi.

Hal-hal mendorong masyarakat untuk melakukan tindak konsumtif karena masyarakat takut akan keadaan yang semakin buruk terjadi di tengah pandemi covid-19 ini. Adapun faktor yang menyebabkan terjadinya tindak konsumtif ditengah masyarakat pada masa pandemi selain ketakutan masyarakat itu sendiri adalah kebingungan dan banyaknya informasi yang timbul diterima dan dikonsumsi oleh masyarakat sehingga masyarakat itu menjadi tidak terkendali dan melakukan tindak konsumtif, membentuk pemikiran dan imaji baru terhadap masyarakat, informasi ini tersebar melalui media media khususnya media sosial. Selama masa pandemi ini tindak konsumtif itu sendiri banyak dilakukan dengan berbagai cara, dan hasil dari tindakan konsumtif ini merupakan kemasan produk yang kebanyakan merupakan kemasan bahan pangan ataupun produk produk hasil dari tindakan konsumtif masyarakat selama masa pandemi itu sendiri. Contoh nya kemasan produk bahan pangan, produk masker sekali pakai, hingga plastik pembungkus/plastik kresek.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan penciptaan karya bertujuan untuk memantik kesadaran masyarakat terhadap isu konsumtif di masa pandemi covid-19, dan ada beberapa penyebab terjadinya panic buying ini. Dan untuk memperingati bahwa masyarakat ini lah sebagai pelaku tindakan konsumtif di tengah masa pandemi covid-19. Pada karya tugas akhir ini penulis akan membuat karya patung 3D found object.

Dengan karya yang menceritakan tentang Masalah konsumtif di masa pandemi covid19, menjadi ide dalam pembentukan visual karya patung 3D found object. Bahan yang digunakan dalam pembuatan karya patung found object adalah kemasan plastik dari produk industri, plastik pembungkus seperti plastik kresek, serta found object lainnya. Alasan memilih plastik kemasan produk sebagai media penciptaan, karena bahan ini sangat mudah di olah dan penulis mengimplementasikan plastik ini sebagai manusia itu sendiri, dimana jika kita tidak memberlakukan plastik dan kemasan ini dengan baik akan banyak timbul masalah, begitupun kita manusia jika tidak saling memberlakukan satu sama lain dengan

baik akan menjadi masalah dan terlebih lagi manusia lah yang menjadi pelaku konsumtif di masa pandemi covid19.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis, menurut (Sholikhah, 2016) metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Pembahasan

Gaya hidup konsumtif merupakan gaya hidup dimana seseorang secara berlebihan membeli suatu barang atau jasa dengan mengutamakan keinginan, atau hal-hal lainnya daripada kebutuhannya dan secara ekonomi akan menyebabkan pemborosan. Diantara kebutuhan dan keinginan terdapat suatu perbedaan. Kebutuhan bersifat naluriah sedangkan keinginan merupakan kebutuhan buatan, yaitu kebutuhan yang dibentuk oleh lingkungan hidupnya, seperti lingkungan keluarga atau lingkungan sosial lainnya.

Berikut ini pengertian dan definisi perilaku konsumtif dari beberapa sumber buku: Menurut (Ancok, 2000), perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi dari pada faktor rasionalnya. Atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Manusia tidak lagi membeli barang hanya semata-mata untuk membeli dan mencoba produk, walau sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan produk tersebut.

Menurut (Triyaningsih, 2011), perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan atas pertimbangan secara rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kebutuhan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.

Menurut (Engel, 2002), perilaku konsumtif merupakan tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan

tindakan-tindakan tersebut. Faktor-faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif di masa pandemic Faktor lingkungan/eksternal Lingkungan menjadi faktor penyebab terjadinya tindakan konsumtif, karena manusia sebagai makhluk sosial dan interaksi di dalamnya mendorong manusia untuk melakukan tindakan konsumtif, pertukaran pemikiran, kebiasaan suatu kelompok, tanpa di sadari hal ini lah yang memebentuk tindak konsumtif itu sendiri. Faktor pribadi/internal (kepribadian). Kepribadian adalah karakteristik psikologis seseorang yang menentukan dan merefleksikan bagaimana seseorang merespon lingkungannya (Schiffman & Kanuk , 2004).

Keadaan ekonomi, Pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang (Kottler, 2000). Orang yang mempunyai uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat (Swastha & Handoko, 1998)

Faktor psikologis, psikologis merupakan keadaan yang di rasakan manusia yang dapat mempengaruhi tindakan dan respon terhadap suatu kejadian dan lingkungan nya. dalam tindakan konsumtif dimasa pandemi ini ada berbagai macam psikologis yang mempengaruhi yaitu, ketakutan, kecemasan, keinginan, dan pemikiran.

Seni patung adalah cabang seni rupa yang hasil karyanya berwujud tiga dimensi. Biasanya diciptakan dengan cara memahat, modeling (misalnya dengan bahan tanah liat) atau kasting (dengan cetakan). Seiring dengan perkembangan seni patung modern, maka karya karya seni patung menjadi semakin beragam, baik bentuk maupun bahan dan teknik yang digunakan, sejalan dengan perkembangan teknologi serta penemuan bahan-bahan baru. Media yang digunakan dalam pembuatan patung found object ini adalah kemasan produk industri, plastik kresek, masker sekali pakai dan bahan bahan lain nya yang digunakan dalam pembuatan seni patung seperti resin dan besi. Pemilihan media plastik kemasan produk dan masker sekali pakai sendiri karena benda benda ini sangat dekat dengan tindakan konsumtif masyarakat, dan kemasan ini juga menjadi bukti dalam tindakan konsumtif tersebut.

Tekhnik modeling merupakan proses yang di lakukan di dalam pembuatan patung, di mana bahan yang di gunakan berupa clay atau tanah yang khusus di gunakan untuk modeling. Tekhnik modeling di lakukan terhadap bentuk model yang diinginkan, hal ini di

peroleh dengan menambahkan bahan terhadap model yang tengah di proses, menuju tahap akhir. Dengan cara aditif (ditambahkan). Carving Teknik ini di lakukan dengan membuang bagian yang tidak sesuai dengan bentuk yang diinginkan di dalam proses pembuatan modeling patung dengan cara memahat, mengeruk bagian dengan alat yang sesuai biasanya pada tehnik carving pada model yang di buat dengan menggunakan tanah liat atau clay.

Ada beberapa bahan cetakan (*mold*) yang dapat di buat, yaitu cetakan dari gypsum, cairan silicon, dan resin. adapun dalam proses penciptaan nya di lakukan dengan cara layering, yaitu dilakukannya menutup model dengan bahan cetakan lapisan demi lapisan untuk mendapatkan kualitas cetakan yang baik. Teknik las yaitu tehnik pembuatan patung dengan cara menggabungkan bahan satu ke bahan lain yang berupa besi, plat, atau bahan logam lainnya, untuk mendapatkan bentuk yang diinginkan. alat yang digunakan dalam tehnik las ini merupakan mesin las. Teknik pengeleman dilakukan sesuai dengan media yang di gunakan, fungsinya untuk merekatkan media satu dengan yang lain nya dan membentuk sesuai keinginan. Bahan yang di gunakan untuk merekatkan media tersebut disesuaikan dengan media yang digunakan. Pemotongan Teknik ini dilakukan memotong atau menghilangkan bagian yang tidak di perlukan didalam pembuatan karya patung. alat yang digunakan dalam pemotongan ini menyesuaikan bahan yang akan dipotong, dapat berupa gunting, tang, dan alat lainnya.

Teknis menyatukan media pembuatan patung, dapat berupa media yang sama maupun media yang berbeda. Menempel dilakukan dengan cara mengelem yang di panaskan hingga menempel, dan cara lainnya. Pemanasan Yaitu cara yang dilakukan khusus terhadap media untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, kebanyakan pada media plastik dilakukan pemanasan untuk menempelkan bahan tersebut untuk mendapatkan tekstur yang diinginkan.

A. Seni Patung Found Object

Inspirasi pembuatan visual karya patung found object menggunakan media kemasan produk industri konsumtif selama masa pandemi karena kemasan ini merupakan salah satu hasil dari tindak konsumtif masyarakat, kebanyakan merupakan berbahan plastik yang bisa di implementasikan kedalam tehnik karya seni patung, seperti pengeleman, penempelan, pemotongan dan Teknik lain yang terkait.

Sebuah karya instalasi “ruang interkasi” yang mana dari ide konsumsi ini, merupakan kumpulan sisa-sisa sampah plastik dari setiap tempat seperti bank sampah yang kemudian diolah menjadi sebuah karya seni fungsional. Dan kemudian dari karya-karya yang telah dibuat ini akan di display pada instalasi “ruang transaksi”, dan kemudian di jual kepada masyarakat umum. Alat yang digunakan dalam transaksi ini merupakan sampah dari pembeli, pembeli menukarkan sampah anorganik mereka untuk mendapatkan satu karya fungsional. Hal ini dilakukan untuk mengkritisi sifat konsumtif masyarakat dan tindakan transaksi, yang menyebabkan pemborosan dan bertambahnya jumlah sampah anorganik di masa pandemi ini.



Gambar I. Karya 1 Media : found object (kemasan produk industri, plastik kresek) Ukuran : tinggi 110cm, panjang 77cm Tahun :2021
Sumber: Dok Pribadi

Kemasan dari produk produk yang di konsumsi keluar dari sobekan lambung akibat terlalu banyaknya tindak konsumtif masyarakat yang melebihi batas normal sehingga lambung tersebut tidak lagi mampu menampung sesuai kapasitas nya.

Lambung menjadi ide visual di dalam mengimplementasikan konsumtif itu sendiri. Karena seperti yang kita ketahui lambung merupakan salah satu organ terpenting dalam sistem pencernaan manusia. Kebanyakan dari produk dari “panic buying” ini sendiri merupakan produk pangan yang akan di cerna oleh lambung tersebut secara kimiawi.



Gambar 2 . Karya 2 found object (kemasan produk industri,plastik kresek) Ukuran : tinggi 25cm, panjang 90cm, 2021 Sumber: Dok Pribadi

Pada karya ini figur kepala manusia yang terlihat seperti monster, merupakan hasil imaji terhadap masyarakat yang melakukan tindak “panic buying” ini. Dengan mata yang tertutup masker seolah masa pandemi ini membutuhkan masyarakat dan mendorong mereka untuk melakukan tindakan “panic buying”. Pada mulut patung figur manusia ini berisi kemasan kemasan produk yang merupakan hasil dari tindak konsumtif mereka, dimana mulut itu terbuka dengan sangat lebar melebihi bentuk normal nya, menandakan masyarakat yang konsumtif itu telah melebihi batas nya. Gestur seolah ingin mengunyah tetapi melebihi kapasitas mulut tersebut, sehingga mulut itu terbuka sangat lebar.



Gambar 3. Karya 3 resin, besi, masker Ukuran : tinggi 112cm, 2021 Sumber: Dok pribadi

Otak menjadi sebuah visual objek yang di tampilkan mengimplementasi sebuah pola pikir di masyarakat yang saat itu tertuju pada suatu produk akibat stigma atau informasi yang beredar di tengah masyarakat. Yang mana kemasan produk itu menjadi media yang di gunakan dalam membentuk patung otak ini.

Otak ini di bentuk menjadi sebuah pohon di mana cabang lain nya memiliki bentuk otak yang berbeda ukurannya, hal ini mengartikan yang mana pola pikir pada masyarakat terhadap produk di masa pandemi covid19 ini terus tumbuh dan berkembang.



Gambar 4. Karya 4 resin, found object (handphone display) plastik kemasan industri Ukuran : diameter 180cm, tinggi 40cm, 2021
Sumber: Dok pribadi

Visual tangan menggenggam handphone yang mana merupakan implementasi dari tindakan masyarakat selama masa pandemi yang mendapatkan informasi dari media, kemudian otak disini diimplementasikan sebagai pola pikir masyarakat. otak tersebut terjat dan terlilit dengan kabel yang berasal dari handphone yang digenggam, menandakan bahwa pola pikir masyarakat yang mengakibatkan tindak konsumtif dimasa pandemi ini terbentuk karena adanya informasi yang diterima oleh masyarakat.

Otak tersebut dilapisi oleh kemasan produk yang pada saat itu sedang viral, dimana produk ini diyakini dapat membantu masyarakat dalam menghadapi pandemi, menjaga ketahanan tubuh. kemasan bahan pangan dan masker yang tersebar menandakan informasi yang diterima masyarakat melalui media sosial sangat berpengaruh dalam tindakan konsumtif masyarakat.



Gambar 5. Karya 5 resin, plastik kresek, plastik kemasan produk industri Ukuran :Panjang 158cm, tinggi 38cm, 2021 Sumber: Dok pribadi

Penggambaran gestur kaki yang berjalan kedepan ini mengimplementasikan masyarakat yang mencoba untuk move on, berjalan kedepan di tengah pandemi covid19 dan membiasakan diri dengan pandemi covid19 ini. Dimana bentuk kaki yang tidak utuh atau

mengalami distorsi merupakan suatu imaji terhadap masyarakat yang mencoba membiasakan diri dengan pandemi covid19 tetapi melupakan bahwa mereka pelaku tindakan konsumtif panic buying itu sendiri.

Kaki tersebut memiliki gestur berjalan dengan kaki yang terkubur dan membentuk jejak oleh kemasan kemasan produk panic buying di masa pandemi covid19. Hal ini mengimplementasikan kemasan yang membentuk jejak tersebut sebagai bukti sejarah perjalanan tindak konsumtif panic buying di masa pandemi covid19.



Gambar 6. Karya 6 Plastik kresek, kemasan produk industri, label online shop), 130cm X 106 cm, 2022

Sumber: Dok pribadi

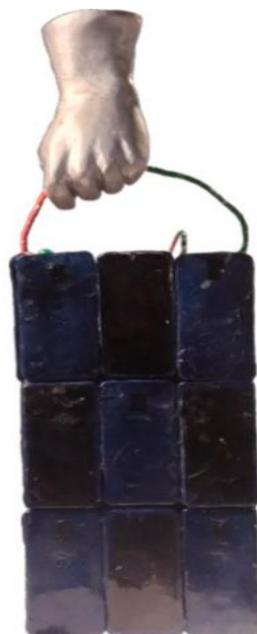
Ide konsep, terinspirasi dari komsumtif di masa pandemi, dimana konsumtif merambah ke media sosial, dengan banyak terjadinya transaksi online yang terjadi selama pandemi. dikarenakan banyaknya kegiatan yang dilakukan dari rumah, dan dengan kemudahan (*online shop*) maka fokus masyarakat itu mulai teralihkan. Mata sendiri merepresentasikan tentang fokus masyarakat yaitu konsumtif di masa pandemi. Dengan mata yang terbuat dari plastik kresek dan bola mata yg terbuat dari beberapa label online shop dan kemasan produk industri yang mana menjadi fokus masyarakat dalam tindak konsumtif di masa pandemi.



Gambar 6. Karya 6 Media : found object, cetak resin Ukuran : tinggi 42 cm Tahun : 2022

Sumber : Dok pribadi

Terinspirasi dari tindak konsumtif masyarakat di masa pandemi, dengan handphone menjadi fokus masyarakat dalam melakukan tindak konsumtif. Yang mana masa pandemi ini juga mendorong meningkatnya tindak konsumtif dari sebelum ada nya masa pandemi. Dengan gestur tangan yang meraih handphone dan terjerat dengan label online shop. Merepresentasikan masyarakat yang sudah tidak bisa lepas dari keadaan konsumtif secara online di tengah masa pandemi. Ide konsep berasal dari tindak konsumtif di masa pandemi yang di lakukan secara online, di mana masyarakat mulai melakukan tindak konsumtif tersebut lebih dari batas normal.



Gambar 8. Karya 8 Media : cetak resin, found object Ukuran : 77cm X 22cm X 10cm Tahun : 2022 Sumber : Dok pribadi

Ide konsep berasal dari tindak konsumtif di masa pandemi yang dilakukan secara online, di mana masyarakat mulai melakukan tindak konsumtif tersebut lebih dari batas normal secara online. Bentuk keranjang merupakan representasi dari tindak transaksi jual beli di masyarakat. Dan handphone yg menjadi pembentuk dari keranjang ini merepresentasikan tentang tindak konsumtif ini yang nerambah ke media sosial berupa online shop

Simpulan

“Konsumtif Pada Masa Pandemi Dalam Karya Patung Found Object” merupakan karya seni patung yang mengangkat tema tindakan konsumtif di masa pandemi. Seni patung merupakan salah satu cabang dari seni rupa yang tercipta dari hasil imaji seniman dan di ekspresikan melalui berbagai media yang bersifat 3 dimensi, melalui karya seni patung penulis dapat mengekspersikan imaji penulis terhadap isu-isu konsumtif yang pernah terjadi selama masa pandemi. dan mevisualisasikan nya kedalam bentuk karya seni patung found object.

Media yang digunakan dalam pembuatan patung found object ini adalah kemasan produk industri, plastik kresek, masker sekali pakai dan bahan bahan lain nya yang digunakan dalam pembuatan seni patung seperti resin dan besi. Pemilihan media plastik kemasan produk dan masker sekali pakai sendiri, karna benda benda ini sangat dekat dengan tindakan konsumtif masyarakat, kemasan ini juga menjadi bukti dalam tindakan konsumtif dan mampu memicu kesadaran masyarakat terhadap isu konsumtif yang ada serta sebagai pembelajaran bagi penulis sendiri dalam proses penciptaan karya yang berlandaskan isu sosial di masyarakat.

Sumber Referensi

Ancok, D. (2000). Psikologi dan tantangan milenium ketiga: Dampak teknologi internet pada kehidupan manusia dan pengelolaan institusi pendidikan psikologi. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 5(9), 5–16.

Engel, C. (2002). Expenditure switching and exchange-rate policy. *NBER Macroeconomics Annual*, 17, 231–272.

Fransisca & Suyasa, P. T. (2005). Perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan metode pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7(2), 172–199.

Sholikhah, A. (2016). Statistik deskriptif dalam penelitian kualitatif. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 342–362.

Triyaningsih, S. L. (2011). Dampak online marketing melalui facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2)