

3.2.1. Proyek I, Pasaraya Dunia Fantasi

Pameran Proyek I, Pasaraya Dunia Fantasi, ditandai dengan masuknya pendukung baru. Umumnya para pendukung ini mempunyai latar belakang pendidikan dan profesi yang sangat beragam, misalnya Bernice, dia adalah seorang sineas. Privanto Sunarto, dosen Seni Rupa ITB, desainer grafis dan juga dikenal sebagai seorang karikaturis. S. Malela Mahargasarie, sarjana desain interior tamatan ITB, bekerja pada majalah "Tempo". Dadang Christanto, seorang pelukis. Wienardi, seorang wartawan foto majalah "Profesi" di Jakarta. Wienardi sebelum bergabung dengan Seni Rupa Baru, pernah ikut terlibat dalam pameran "Seni Rupa Kepribadian Apa". Qentarto H, seorang ilustrator cover majalah. Taufan. S. Ch, perancang grafis. Rudi Indonesia bekerja sebagai wiraswasta. Fendi Siregar seorang Fotografer. Sanento Yuliman, kritikus seni yang selalu mengikuti perkembangan Seni Rupa Baru, turut pula melibatkan diri. Masuknya Sanento Yuliman dalam kelompok ini, mempunyai arti penting bagi Seni Rupa Baru, karena penguasaannya terhadap konsep pluralisme dan pengaruhnya dalam seni rupa modern Indonesia.

Sedangkan pendukung lama yang tetap bertahan adalah, Jim Supangkat, Harsono, Siti Advati, Dede Eri Supria,

Harris Purnama dan Gendut Rivanto, sedangkan Hardi dan Nanik Mirna pendukung inti pameran sebelumnya, tidak turut dalam pameran ini.

Pasaraya, merupakan bagian sangat penting dari sejumlah pameran yang pernah diselenggarakan Seni Rupa Baru. Dalam pameran ini, diwujudkan kembali keinginan yang belum tercapai pada pameran sebelumnya. Penerapan pola kerja desain. Setiap anggota mempunyai tugas yang telah diatur dalam satu manajemen. Hal ini, merupakan pelaksanaan sikap Seni Rupa Baru yang percaya pada kebersamaan. Pembauran antara karya yang dikategorikan seni dan dikategorikan desain, semua karya disatukan sebagai karya seni rupa. Cermin penolakan terhadap konsepsi "High Art". Dalam pameran ini juga, karya perorangan yang lazim dalam seni rupa, seperti lukisan, patung dan grafis dihilangkan sama sekali. Seni Rupa Baru sepenuhnya mengambil idiom instalasi, dengan gayanya yang khas. Pameran ini dinamakannya juga dengan karya situasi.

Karya semacam ini, merupakan corak baru dalam pameran seni rupa modern Indonesia. Megubah citra egosentris, individualistis dalam lingkungan seni rupa dan menggantinya dengan semangat kerja sama. Kerja seni yang umumnya dilakukan secara intuitif, diubah dengan cara

yang rasional, obyektif dan realistis, dengan membuat penelitian berdasarkan kaedah keilmuan dan mencari pemecahan masalahnya. Lingkungan seni rupa modern yang mempunyai jarak komunikasi dengan masyarakat, diterobos dengan cara mengangkat kehidupan seni rupa sehari-hari, seperti stiker, komik, poster, gambar pada kaos oblong dan berbagai gambar iklan, sejajar dengan karya seni rupa lainnya.

Masa pasca 1979 ini, pendukung Seni Rupa Baru, masih tetap menentang batasan seni rupa dan paham yang memilahnya menjadi "*seni murni*" dengan "*desain dan kerajinan*". Seni Murni, biasanya dipahami sebagai karya yang tidak berfungsi, karena sangat sarat nilai. Sedangkan desain dan kerajinan, dianggap sebagai seni rupa terapan dan hanya sedikit kadar seni-nya, lebih mementingkan segi fungsi dan peluang pasar. Penentangan atas konsep ini, berdasarkan asumsi bahwa semua produk seni rupa pada hakekatnya adalah sama. Konsekuensinya, Seni Rupa Baru memang harus meruntuhkan segala bentuk hirarki dalam seni rupa, dan membangun suatu konsep alternatif, yaitu seni rupa pembebasan yang didasari semangat penjelajahan.

Batasan seni rupa, yang merupakan produk kebudayaan Barat ditentang, karena dipandang tidak relevan dengan

kenyataan yang hidup di tengah masyarakat. Masyarakat mempunyai corak seni rupa-nya sendiri, yang justru lebih komunikatif dan mempunyai nilai guna yang jelas. Batasan seni rupa, yang membagi-bagi adanya seni tinggi dan yang bukan seni tinggi, hanya melahirkan gejala sosiologis, pada akhirnya mempertentangkan "*seni rupa atas*" dan "*seni rupa bawah*". Konsepsi seni rupa, dengan tata acuan "High Art", sangat miskin, dan spesifik. Penggarisannya tidak melihat realita sekeliling dimana terdapat berbagai gejala seni rupa dengan tata acuan lain (Proyek I, 1987).

Dalam manifesto Seni Rupa Baru dinyatakan, bahwa seni rupa merupakan "*gejala plural*", yang dapat ditemui dibanyak tempat dengan segala keragamannya. Seni Rupa Baru percaya, bahwa kebudayaan memiliki berbagai tata acuan (frame of reference)", tidak mesti mengacu kepada satu tata nilai tertentu, yang menganggap seni merupakan gejala universal.

Proyek I, Pasaraya Dunia Fantasi, yang dipamerkan pada tanggal 15-30 juni 1987, di Ruang Pameran Utama T.I.M, Jakarta, ditampilkan dengan cara menggabung berbagai media. Cara yang belakangan ini lebih dikenal dengan sebutan instalasi. Kecenderungan ke arah instalasi ini, sebenarnya telah terlihat sejak pameran Seni Rupa Baru

pertama (1975), kedua (1977), dan ketiga (1979), tetapi masih terpisah sebagai karya perorangan.

Pasaraya, dalam pameran ini, digambarkan dengan menata beberapa buah boneka, yang berperan sebagai penjual dan pembeli, sebuah ruang pajangan barang seperti banyak terdapat pada pusat perbelanjaan. Dalam pameran ini, pengunjung yang hadir pun, merupakan bagian dari keseluruhan karya. Kelompok Seni Rupa Baru mengatakannya sebagai *karya situasi*. Pengunjung dibawa ke satu arena yang menggambarkan, seakan-akan tengah berada di sebuah Pasaraya. Di depan gedung, di pajang sebuah gambar perempuan sedang membuka pakaian, yang tingginya sekitar 9 meter. Gambar ini, merupakan pembesaran dari sebuah stiker yang banyak dijual dipinggir jalan di Jakarta. Gambar perempuan ini, disertakan pula dengan tulisan "*sabar dong*". Di pintu masuk gedung, dihiasi dengan bendera kecil bertuliskan "*Grand Sale Murah, Mutu Mode*", mengasosiasikan kepada tulisan yang biasa terdapat di pasar swalayan. Ada pula tulisan "*Obrol Besar*", barangkali merupakan penyimpangan dari kalimat "Obral Besar". Pengubahan kalimat tersebut, tampaknya untuk menarik perhatian dan memberi kesan jenaka serta komunikatif. Pameran juga menyajikan beragam sampul majalah, kebanyakan menggambarkan wanita dalam berbagai gaya, mobil yang penuh ditempeli dengan stiker, iklan,

baju kaus bergambar, komik, kalender, kaleng minuman dan kios buku. Poster dari berbagai produk iklan, gambar dan penyanyi *Mick Jagger*.

Setelah melakukan penelitian, ternyata ditemukan suatu kecenderungan, bahwa kata-kata dan gambar pada stiker, komik picisan yang umumnya dikonsumsi masyarakat golongan bawah, menggambarkan simbol keceriaan. Hal ini agak bertentangan dengan dugaan banyak orang, bahwa masyarakat pada golongan bawah, hidup dalam kesedihan, keputusasaan dan kehilangan keceriaannya. Bertentangan pula dengan anggapan selama ini, bahwa seni rupa sehari-hari hanya berhenti sebatas hiasan permukaan, dan tidak menyentuh isi. Soetjipto Wirosardjono, ahli statistik terkemuka Indonesia dan seorang kolumnis, dalam diskusi *Kompas* di Bentara Budaya tanggal 8 Juni 1987, berkaitan dengan Pameran Proyek I, Pasaraya Dunia Fantasi, mengemukakan pengamatannya, bahwa seni rupa sehari-hari itu mempunyai isi dan pesona tersendiri. Ia meneliti, ada lima tema yang diungkapkan dalam seni rupa sehari-hari, yaitu:

1. Tema yang menggambarkan keinginan manusia untuk menemui Tuhannya. Misalnya dalam kaligrafi, berbagai ungkapan Kristus di salib, bermacam kartu ucapan selamat, dan aneka ragam hiasan dinding.
2. Tema keasyikan berkaca diri serta upaya memantulkan jatidiri. Yaitu potret diri atau keluarga : wayang tokoh idaman: Bima, Semar, Gatot Kaca, dan lain lain; gambar penyanyi, bintang

film, pembalap, dan lain-lain.

3. Tema mematut - matut dinamika dan konflik ke masyarakatan serta menuangkan pemecahannya.
4. Kekaguman pada keindahan alam dan kandungan kebijaksanaan jagat raya. Contohnya lukisan pemandangan, gambar binatang, suasana kota, dan lukisan hutan.
5. Tema rekaman dinamik temuan teknologi dan temuan baru, dan pantulannya pada daya cipta, gagasan, kebudayaan maupun ketidak berdayaan manusia dalam menghadapinya. Contoh; poster mobil balap, kapal terbang, pabrik, komputer, atau gambar para wanita mengenakan masker oksigen karena polusi, mobil yang diremas dan sebagainya (Tempo, 27 Juni 1987).

Sedangkan Sanento Yuliman, dalam tulisannya di majalah *Tempo*, melihatnya dari kehadiran seni rupa sehari-hari yang selalu dilecehkan oleh kalangan seniman, ia menyatakan:

"Pasaraya Dunia Fantasi, tampaknya hendak menarik perhatian kita kepada barang rupa sehari-hari yang biasanya hanya mendapat pandangan selintas. Terutama barang-barang yang langsung melibat angan-angan atau fantasi penduduk kota; sampul majalah, komik, kalender dan sebagainya. Barang-barang ini, biasanya dilecehkan oleh kalangan seni rupa, kini diangkat sebagai karya "seni rupa" yang sah. Dan itu semua layak mendapat perhatian dan pengamatan sama besar, seperti yang biasa di berikan kepada lukisan atau patung" (Tempo, 27 Juni 1997).

Pandangan ini memperlihatkan dukungan dan pengesahan terhadap pikiran serta karya Seni Rupa Baru. Seni rupa sehari-hari, atau dengan bahasa Sanento Yuliman, disebut juga dengan seni lecehan, agar ditempatkan sejajar dan mendapat perhatian yang sama dengan produk seni rupa

lainnya.

Seluruh gambaran dalam pameran ini, untuk membuktikan, bahwa gejala seni rupa sangat beragam. Inilah gejala seni rupa yang hidup dan akrab di tengah masyarakat kosmopolitan seperti Jakarta. Fenomena seni rupa yang hidup ini, menurut Seni Rupa Baru, justru tergusur dari arena dan batasan seni rupa yang sempit.

Pasaraya dijadikan tema sentral, karena dinilai berhubungan dengan konsep pluralisme. Mengenai ini, Jim Supangkat dalam wawancara dengan penulis pada bulan November 1991 menjelaskan, bahwa gejala pluralisme itu dapat dilihat di tengah masyarakat kosmopolitan, seperti Jakarta. Sedangkan gejala yang paling mudah diamati dari ciri pluralisme itu, adalah produk konsumen seperti yang banyak ditawarkan di etalase toko, melalui iklan dan promosi.

Konsumsi iklan bagi masyarakat kosmopolitan seperti Jakarta dan kota besar lainnya, sudah menjadi suatu tradisi baru dan merupakan keharusan, akibat semakin pesatnya laju industri dalam segala bidang. Kalau kita melihat negara maju seperti Amerika Serikat, misalnya, kebutuhan konsumsi iklannya per kapita, sudah mencapai angka \$ 378,62. per tahun, sedangkan dibagian dunia lain mencapai \$ 16,87 (Jaka Wasana, 1988). Diperkirakan

angka tersebut akan semakin meningkat, mengikuti kemajuan yang terjadi di bidang industri.

Produk yang ditampilkan dalam *Proyek I, Pasaraya Dunia Fantasi*, merupakan simbol masyarakat urban, yang berkaitan dengan pola dan gaya hidup. Keragaman produk ini, sekaligus menunjukkan adanya gejala sosiologis. Menurut Seni Rupa Baru mencakup dua unsur "*kaum pinggiran*" dan "*kaum gedongan*". Kaum pinggiran, hidup di tepi kota yang kumuh. Kaum gedongan, bergaya hidup seperti kaum mapan di negara maju. Manifestasinya bermacam-macam, tapi semangat yang mendasari kedua kelompok itu sama. Bernafsu mereguk gaya hidup masa kini. Arahnya juga sejalur, Kaum gedongan berorientasi ke manca negara yang berkelimpahan materi, dan kaum pinggiran menoleh ke sikap kaum gedongan (Kompas, 15 Juni 1987).

Produk yang merupakan citra masyarakat kelas atas atau kaum gedongan kota besar, misalnya ditampilkan dengan simbol mobil dan iklan promosi, sedangkan produk yang merupakan simbol dari masyarakat kelas bawah atau kaum pinggiran ditampilkan melalui gambar pada badan becak, stiker dan komik. Gaya hidup hedonistis yang dirangsang lewat iklan, dan lewat sikap pamer. Hadir dalam ruang dan waktu bersamaan ditengah pergulatan hidup masyarakat kosmopolitan di Jakarta.