

DARI ANDA

Pengirim rubrik ini harap melampirkan fotokopi KTP atau identitas lainnya

Rumah Iklan

Bernas (1/8-92) halaman 1 memuat foto yang menurut istilah *Bernas*: Rumah Iklan. Di bawah foto ditulis antara lain: Oleh Didi Wibisono, penghuni sekaligus pembuat rumah iklan ini dimaksudkan sebagai sebuah karya cipta seni rupa eksperimental.

Predikat sebagai penghuni memang betul. Tetapi predikat sebagai pembuat rumah iklan perlu penjelasan lebih lanjut. Sedangkan kata *dimaksudkan* dalam berita itu bisa menimbulkan salah penafsiran.

Sebagai salah seorang pendukung kegiatan Pameran Binal Eksperimental Arts, Hedi Hariyanto, salah seorang penghuni Jalan Gampingan Baru 4 Yogyakarta berinisiatif membuat sebuah karya seni rupa instalasi dengan landasan konseptional yang dipusatkan pada tema "teror produk". Yakni rumah yang bagian depan, atap dan halamannya "dibungkus" dengan kemasn berbagai macam

produk. Bentuk perupaan ini dimaksudkan sebagai simbol bahwa rumah telah menjadi lahan jajahan produk.

Istilah "teror produk" dilandasi semacam kegelisahan, saat ini begitu banyak produk ditawarkan melalui iklan. Lahan penawaran paling efektif dan paling subur adalah rumah-rumah, karena masyarakat membaca dan mendengarkan iklan di rumah. Penawaran itu saat ini telah mencapai tingkat sangat mengganggu bagi indera lihat, indera dengar dan *rasa kamanungsan* kita. Sehingga kita (penghuni rumah), menurut sang inisiator (Hedi Hariyanto) menjadi terteror.

Keterlibatan saya dalam karya ini sebatas dalam memberi semacam kata pengantar dalam katalog. Saya sekedar merespons ide yang ditawarkan Hedi Hariyanto dalam bentuk tulisan yang ditampilkan pada dua halaman ter depan katalog. *Bernas* dalam hal ini rupanya kurang jeli. Beberapa hal yang perlu dijelaskan lebih lanjut

adalah:

1. Predikat Rumah Iklan dapat diterima sejauh predikat itu mampu menggambarkan ide yang mempertanyakan frekuensi dan intensitas iklan yang disiarkan para produsen melalui media massa (cetak maupun elektronik) ke rumah-rumah. Ide di ataslah yang menjadi konsep karya berjudul teror produk tersebut.
2. Pencetus ide "teror produk" (rumah iklan) adalah Hedi Hariyanto. Sebagai disebut dalam katalog, pembuatnya adalah Hedi Hariyanto, Endro Tri Susanto, Gunawan, Syahrizal, Budiarmo, Slamet Riadi, Sugeng, Sumarwahyudi, Suwarjo dan Aris. Pencantuman begitu banyak nama tidak sekadar dekoratif, melainkan merupakan konsekuensi logis dari kerja seni rupa mutlak melibatkan banyak individu yang kerja ide dan fisiknya sangat menentukan dalam visualisasi karya "teror produk" ini.

Terlepas dari kekurang-akuratan dalam berita foto, saya mengucapkan terimakasih kepada *Bernas*. Benta itu telah menjadi iklan gratis dari karya yang dipamerkan.

Hedi (Didi) Wibisono
Gampingan Baru 4
Yogyakarta.

