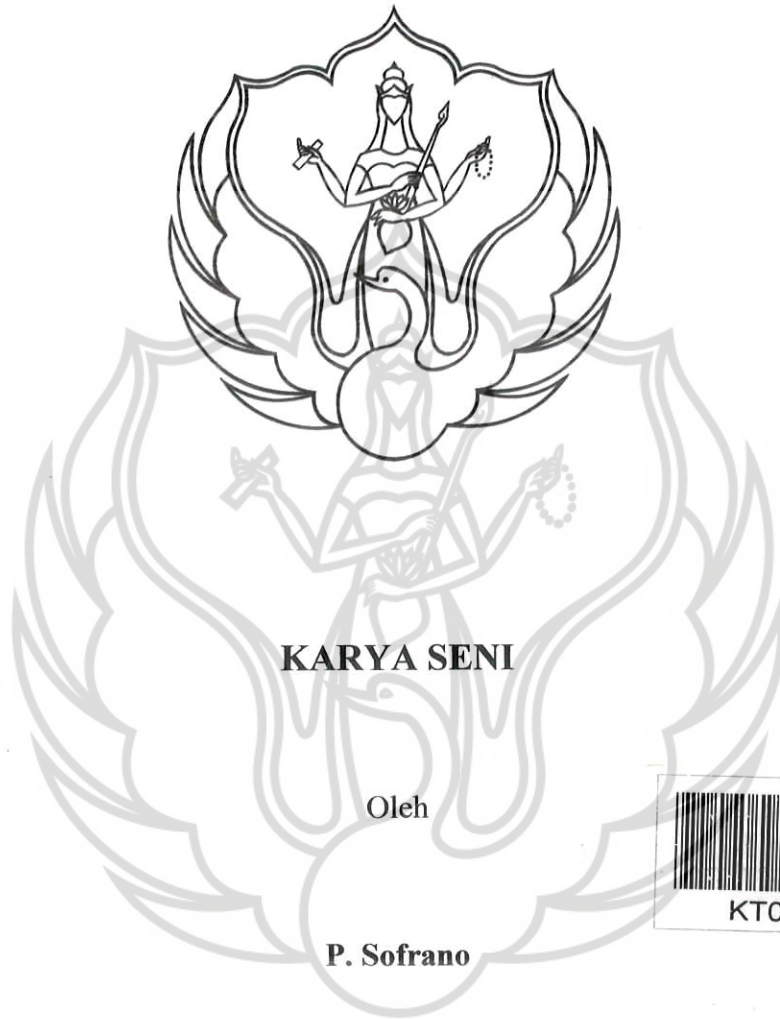


BUDAYA MASSA DALAM EKSPRESI SENI LUKIS



**MINAT UTAMA SENI LUKIS
PROGRAM STUDI SENI RUPA MURNI
JURUSAN SENI MURNI
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2007**

BUDAYA MASSA DALAM EKSPRESI SENI LUKIS



KARYA SENI

Oleh

P. Sofrano



KT002094

**MINAT UTAMA SENI LUKIS
PROGRAM STUDI SENI RUPA MURNI
JURUSAN SENI MURNI
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2007**

BUDAYA MASSA DALAM EKSPRESI SENI LUKIS



Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1 dalam
bidang Seni Rupa Murni
2007

Tugas Akhir Karya Seni berjudul :

BUDAYA MASSA DALAM EKSPRESI SENI LUKIS

diajukan oleh Poras Sofrano, NIM 0011362021, Program Studi Seni Rupa Murni,
Jurusan Seni Murni, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah
disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal: 14 Januari 2007

Pembimbing I



Drs. Subroto Sm., M.Hum.

NIP. 13054417

Pembimbing II



Bambang Witjaksana, M.Sn.

NIP. 132230384

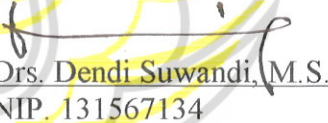
Cogitate



Drs. Titoes Libert

NIP. 131474258

Ketua Program Studi Seni Murni/
Anggota



Drs. Dendi Suwandi, M.S.

NIP. 131567134

Ketua Jurusan Seni Murni/ Ketua/
Anggota



Drs. Ag. Hartono, M.Sn.

NIP. 131 567 132

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Drs. Sukarman

NIP. 130 530 245



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini bukanlah akhir segalanya, pencapaian yang melelahkan ini tak akan pernah tercapai tanpa restu dan dukungan mereka yang selama ini menarik perhatian dan cintanya padaku. Peluk cium dan hormat untuk ayahanda tercinta Anwar (Alm), ibunda Kursiyah, ke dua adikku Laras dan Septi.



KATA PENGANTAR

Segala puji-syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan karya seni tugas akhir ini sesuai dengan apa yang penulis harapkan. Selanjutnya tidak lupa penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang selama ini telah banyak berjasa memberikan perhatian, waktu, pikiran dan tenaga juga kritik dan saran, mulai dari proses penyusunan karya tulis, pembuatan karya hingga terselenggaranya pameran tugas akhir ini.

Terima kasih kepada :

1. Bp. Drs. Subroto Sm., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing I.
2. Bp. Bambang Witjaksono, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II.
3. Ibu Dra. Nunung Nurjanti, M.Hum., selaku Dosen Wali.
4. Bp. Drs. Titoes Libert, selaku *Cognate*.
5. Bp. Drs. Ag. Hartono, M.Sn. selaku Ketua Jurusan Seni Murni.
6. Bp. Drs. Dendi Suwandi, M.S., selaku Ketua Program Studi Seni Murni.
7. Bp. Drs. Soekarman, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa.
8. Bp. Drs. Soeprapto Soedjono, MFA, Ph.D., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Segenap dosen Program Studi Seni Rupa Murni yang telah memberi bimbingan selama penulis menjalani studi.
10. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia.
11. Teman-teman Seni Lukis angkatan 2000 (“ Kereta 2000 “).

12. Teman-teman Rescue 911, para alumni dan sekutunya, Adi, Jebenk, Toni, Yudi, Wawan, Dodik, Sigit, Edi, Cepuk, Arnold, Toto dan Putut..
13. Keluarga besar Yayank Wina di Kalimantan.
14. Teman-teman PUSHAM UII, Coro, Ode dan mas Guntur, terima kasih untuk konsultasinya, mas Eko Prasetyo, Ima, Mulyadi, mbak Arwin, mbak Nova, mbak Unun, dan kepada kawan-kawan semua yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.



DAFTAR ISI

Halaman Judul ke-1.....	i
Halaman Judul ke-2.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Makna Judul.....	2
B. Latar Belakang Penciptaan.....	4
C. Rumusan Penciptaan.....	7
D. Tujuan dan Manfaat.....	11
BAB II. KONSEP PENCIPTAAN.....	12
A. Ide Penciptaan.....	12
B. Konsep Bentuk.....	15
C. Konsep Penyajian.....	18
BAB III. PROSES PEMBENTUKAN.....	19
A. Bahan.....	19
B. Alat.....	19
C. Teknik.....	20

D. Tahapan Pembentukan.....	20
E. Foto Proses Pembentukan.....	22
BAB IV. DESKRIPSI KARYA/ TINJAUAN KARYA.....	25
BAB VI. PENUTUP.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	54



DAFTAR GAMBAR

A. KARYA TUGAS AKHIR

1. <i>Amerikahu Akbar</i>	26
2. <i>Playboy Indonesia</i>	27
3. <i>Negri Pembajak</i>	28
4. <i>Kill Them</i>	29
5. <i>Superman Fans Club</i>	30
6. <i>SMS Aja</i>	31
7. <i>Berebut Diskon</i>	32
8. <i>Malu Belanja</i>	33
9. <i>Gila Belanja Cermin Budaya Bangsa</i>	34
10. <i>Iklanivora</i>	35
11. <i>Bekal Si'Tole'</i>	36
12. <i>Reality Show</i>	37
13. <i>Be A Starcoholic</i>	38
14. <i>Sebuah Perlawanan</i>	39
15. <i>Hampir Serupa Tapi Tak Sama</i>	40
16. <i>Fuckshion Show</i>	41
17. <i>Anda Sudah Nge-Gossip ?</i>	42
18. <i>Crime Makes You Famous</i>	43
19. <i>Hidden Camera</i>	44
20. <i>Berapa Duit Nih ?</i>	45

B. FOTO ACUAN

1. www.artake.com/personalised_gifts-adult_pop_art/portrait.jpg.htm 46
2. *Billboard* diskon produk..... 46
3. Poster Rusia Koleksi Susanto Pudjomartono
(Dubes RI untuk Rusia)..... 47
4. Iklan Produk pada majalah *Outmags* vol. 3 Desember 2003 47
5. Komik *Spawn* (1995) Todd Mc Farlane, 48



DAFTAR LAMPIRAN

A. Foto Diri dan Biodata	55
B. Katalog Pameran.....	57
C. Foto Poster Pameran.....	58
D. Foto Situasi Pameran.....	59



BAB I

PENDAHULUAN

Perihal hubungan seni dengan kehidupan sosial merupakan hal yang selalu muncul dalam setiap aspek kehidupan manusia. Seni dan kehidupan masyarakat ibarat dua sisi mata uang yang satu sama lain berbeda ruang tetapi tidak dapat dipisahkan. Begitu pula halnya dengan hubungan antara hasil karya seni lukis dengan masyarakat. Karya lukis adalah salah satu media untuk menyampaikan gagasan, ide, cerita, peristiwa dan lain sebagainya seperti halnya bahasa atau kata-kata. Selain berfungsi sebagai media ekspresi pribadi, karya lukis juga memiliki fungsi sosial yaitu sebagai media komunikasi antara seniman dengan masyarakat dalam menyampaikan suatu maksud ide dan gagasan untuk mengajak, membujuk dan mempengaruhi masyarakat agar memiliki pemahaman dan tujuan yang sama dengan seniman.

Dalam berkarya seni, seorang seniman berusaha mengamati alam dan lingkungan. Lingkungan di sini mempunyai pengertian lingkungan sosial tempat dimana seniman itu berada dan berinteraksi. Sama halnya dengan apa yang penulis alami dan rasakan ketika berada dalam sebuah kondisi masyarakat dengan perubahan dan dinamika sosial yang cepat akibat industrialisasi produk massa yang kemudian memunculkan budaya massa.

Perubahan dan dinamika masyarakat dipengaruhi industrialisasi produk massa terkait dengan pola konsumsi, hiburan, gaya hidup masyarakat. Pola konsumsi yang berawal dari sebuah kebutuhan hidup berubah menjadi gaya hidup. Paket-paket hiburan yang beredar melalui media massa, lebih banyak menyuguhkan

illusi dan mimpi ketimbang realitas yang ada dalam masyarakat. Fenomena tentang keberadaan masyarakat dalam budaya massa inilah yang ingin penulis angkat ke dalam karya lukis.

A. Makna Judul

Untuk menghindari terjadi kesalahan persepsi mengenai judul Tugas Akhir ini, maka perlu dibuat batasan-batasan dari arti kata sebagai berikut :

“Budaya Massa dalam Ekspresi Seni Lukis“

Budaya massa

Menurut Sapardi Djoko Damono yaitu :

“Kebudayaan massa adalah istilah kata untuk mass culture, istilah Inggris yang konon berasal dari bahasa Jerman Masse dan Kultur. Kebudayaan massa sebenarnya merupakan istilah yang mengandung nada mengejek atau merendahkan; istilah ini merupakan pasangan dari high culture, kebudayaan elite atau tinggi”.¹

Ekspresi

dalam Kamus Bahasa Indonesia berarti :

“ pengungkapan atau proses menyatakan (yaitu memperlihatkan atau menyatakan maksud, gagasan, perasaan dsb)”.²

Sedangkan Farida L. Subardja mendefinisikan istilah ekspresi sebagai berikut:

“Ekspresi adalah respon individu, sederhana maupun kompleks terhadap suatu rangsangan yang sampai padanya, baik dari dalam maupun dari luar dirinya. Ekspresi dapat bersifat verbal dan dapat juga non verbal. Ekspresi verbal berupa cara seseorang yang menyatakan sesuatu; kosa kata dan susunan kalimat yang digunakan; perubahan kejelasan, volume suara dan iramanya; perubahan nada suara sewaktu berbicara atau menyanyi yang menunjukkan adanya penekanan arti atau mengandung emosi tertentu.

¹ Sapardi Djoko Damono, “Kebudayaan Massa dalam Kebudayaan Indonesia” dalam buku *Lifestyle Ecstasy* (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), h. 5

² *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), h. 222

Ekspresi motoris yang termasuk non verbal berupa perubahan fisik yang meliputi mata, bibir serta otot wajah lainnya; posisi tubuh; gerakan anggota badan, jari-jari atau sebaliknya berupa lekukan otot-otot tertentu”.³

Seni Lukis menurut Herbert Read adalah :

“Penggunaan garis, warna, tekstur, ruang dan bentuk (shape) pada suatu permukaan, yang bertujuan menciptakan image-image. Image biasanya merupakan pengekspresian dari ide-ide, emosi, pengalaman yang dibentuk sedemikian rupa sehingga mencapai harmoni”.⁴

Sedangkan dalam buku *Art and Architecture* disebutkan bahwa :

*“A painting is more than a combination of lines and colors on a two dimensional surface, it is one way in which men have communicated their vision, their joy, sorrow, opinion and deliefs. But truly creative artist give the world more than statemen of personal reactions. The painting which is a work of art has meaning in it self. A life its own whether it is realistic or abstract”.*⁵

Karena keberadaannya sangat terkait dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, budaya massa seringkali disama artikan dengan budaya populer. Seperti pernyataan Strinati :

"Budaya pop yang juga disebut budaya massa, adalah budaya yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa yang diharapkan menghasilkan keuntungan sebanyak-banyaknya dari konsumen massa”.⁶

Maka budaya massa dalam ekspresi seni lukis memiliki pengertian suatu ungkapan dan pandangan pribadi terhadap berbagai fenomena budaya masyarakat yang sangat dipengaruhi oleh industrialisasi produk massa melalui sistem

³ Farida L. Subardja, “Ekspresi”, *Ensiklopedia Nasional Indonesia*, (Jakarta: PT. Cipta Adi Pustaka, 1991), h. 50

⁴ Herbert Read, *Pengertian Seni*, diterjemahkan oleh Soedarso Sp, (Yogyakarta: STSRI ASRI, 1973) h. 2

⁵ Curtions International, *Art and Architecture* (London: Library of Ledge Aldus Books Limited, 1968), h. 25

⁶ Aridus, 2004, mengutip Strinati, “Budaya Populer” tersedia dalam <http://www.balipost.co.id/balipostcetak/2004/1/4/opini.html>

ekonomi kapitalistik. seperti : tren mode, gaya hidup, tayangan televisi, iklan dan sebagainya yang diungkapkan melalui karya lukis.

B. Latar Belakang Penciptaan

Budaya massa atau budaya populer setiap saat berada di sekitar kita. Budaya ini selalu setia menemani kehidupan kita sejak mata terbelalak hingga kembali terpejam. Ia akan selalu hadir dan setia menemani walaupun tidak kita minta. Budaya massa juga sangat terkait dengan pola konsumsi dan hiburan masyarakat. Tayangan televisi yang menyajikan bermacam hiburan melalui sinetron, musik, infotainment termasuk iklan sampai kuis dengan hadiah milyaran menjadi sajian visual sehari-hari. Budaya massa sebagai budaya sehari-hari yang tidak bisa dilepaskan dari semakin menduniannya gaya hidup yang dijajakan media massa yang sekaligus mengubah nilai yang ada di dalamnya. Seperti yang di tulis Ashadi Siregar bahwa :

“ Budaya massa tidak dapat dilepaskan dari pola hiburan masyarakat. Selain itu istilah budaya massa sering disalingpertukarkan dengan budaya populer (popular culture), begitu pula dengan hiburan massa (mass entertainment). Walaupun budaya massa tidak hanya bersifat hiburan, tetapi mencakup pula seluruh produk terpakai atau barang konsumsi (consumer goods) sebagai produk massal dan fashionable yang formatnya terstandarisasi dan penyebarannya dan penggunaannya bersifat luas”⁷

Budaya massa dalam perkembangan masyarakat mutakhir sering disebut juga sebagai ‘budaya komoditas’. Kehidupan dan prilaku masyarakat semakin tergantung pada pemuasan kebutuhan akan produk massa yaitu barang konsumsi dan hiburan massa yang sudah dibentuk oleh proses mekanisme pasar, proses

⁷ Ashadi Siregar, “Budaya Massa : Catatan Konseptual tentang Produk Budaya dan Hiburan Massa” *Op.Cit.*, h. 13

produksi dan industri dari sistem ekonomi kapitalistik untuk menciptakan konsumen sebanyak-banyaknya dan memperoleh keuntungan yang berlipat.

Akibatnya muncul golongan masyarakat komoditas yang selalu berpartisipasi dalam berbagai kegiatan konsumsi. Golongan ini muncul dalam jumlah dan skala yang fantastis. Dalam masyarakat komoditas, masyarakat berada dalam kepungan industrialisasi barang maupun jasa, maka hasrat untuk memenuhi kebutuhan fisik maupun psikologi melalui produk itu menjadi semacam keharusan.

Hal ini dapat dirasakan ketika banyak orang berlomba untuk mendapatkan atau sekedar mencoba sesuatu yang sedang *up to date*. Orang bekerja untuk berbelanja dan belanja menjadi sebuah pekerjaan baru. Tak heran seorang mahasiswa atau pegawai boleh tak bersemangat di ruang kuliah atau kantornya, tetapi mereka begitu bergairah di lantai diskotek atau pusat perbelanjaan. Agaknya orang tidak lagi peduli apakah hidup hanya sekali, yang penting bagaimana bisa mendapatkan kesenangan sesaat.

Budaya massa memang tidak melulu mempersoalkan masalah tren, gaya hidup dan komersialisasi produk massa yang berbasis kapitalisme. Tetapi juga merupakan reaksi terhadap mapannya kebudayaan elite yang hanya dikuasai dan digunakan oleh segelintir orang dengan tujuan agung, sakral, *adiluhung* dan membentuk sistem masyarakat elit dan feodal. Budaya massa juga menciptakan peluang dan kesempatan yang cukup luas kepada siapa saja untuk dapat menikmati berbagai jenis produk budaya dari golongan manapun yang diinginkan tanpa dibatasi oleh perbedaan status sosial. Dalam sebuah tulisannya, Kuntowijoyo menyatakan:

“Khusus dalam soal kebudayaan, rupanya tidak tabu menyebut adiluhung atau elite. Sekarang dapat saja orang dari lapisan bawah mempunyai selera elite, atau sebaliknya, sebab itulah diantaranya makna demokrasi budaya”.⁸

Sementara itu Sapardi Djoko Damono menulis :

“...kebudayaan massa itu merusak kebudayaan elite dengan cara meminjam atau mencuri atau memeralatnya. Bahkan boleh dikatakan menyedot potensi yang ada pada kebudayaan elite”.⁹

Fernand Rosenberg menyatakan kekhawatirannya tentang efek yang dihasilkan oleh budaya massa akan membawa selera masyarakat ke arah totalirarianisme. Seperti ungapannya berikut ini :

“Ketakutan terbesarnya adalah bahwa “paling jelek, budaya massa mengancam bukan hanya mengerdilkan selera kita, tetapi membuat brutal rasa kita yang membuka jalan menuju totalitarianisme”.¹⁰

Artinya bahwa kebudayaan massa sangat terbuka untuk siapapun dan menjadi milik semua suku bangsa dari bermacam ras dan golongan. Di sini terlihat bahwa budaya ini seolah-olah ingin menyeragamkan selera, kebutuhan dan identitas personal menjadi komunal dan massif.

Hal inilah yang kiranya membuat penulis tertarik untuk mengangkat gejala atau fenomena yang terjadi dalam budaya massa beserta pernak-perniknya ke dalam karya lukis.

⁸ Kuntowijoyo, “Budaya Elite dan Budaya Massa” *Op.Cit.*, h. 8

⁹ Sapardi Djoko Damono, “Kebudayaan Massa dalam Kebudayaan Indonesia” *Op.Cit.*, h. 7

¹⁰ John Storey, *Teori Budaya dan Budaya Pop*, diterjemahkan oleh Elli El Fajri, (Qalam: Yogyakarta, 2004) h. 50, mengutip Fernand Rosenberg, “Mass Culture in America” dalam buku *Mass Culture : The Popular Arts in America*, disunting oleh Bernard Rosenberg dan David Manning White, (New York: Macmillan, 1957), h. 9

C. Rumusan Penciptaan

Seperti yang telah penulis kemukakan sebelumnya bahwa budaya massa adalah pola kehidupan masyarakat yang dibangun oleh sistem ekonomi kapitalistik yang menggunakan industrialisasi sebagai sarana untuk memproduksi kebutuhan konsumsi secara massal. Sehingga pola konsumsi masyarakat sangat tergantung oleh produsen produk massa yang selalu membujuk masyarakat untuk selalu terlibat dalam kegiatan konsumsi.

Kehidupan masyarakat modern seringkali dikaitkan dengan nafsu konsumtif masyarakat terhadap membanjirnya produk budaya massa. Kalau dikaitkan dengan fenomena masyarakat komoditas, barangkali dukungan industri produk massa menjadi titik pijak untuk menelusuri budaya konsumtif masyarakat. Hal ini ditandai dengan menjamurnya berbagai fasilitas hiburan, barang-barang impor, pusat perbelanjaan modern, restoran cepat saji, hingga produk teknologi canggih yang hampir setiap bulan mengeluarkan seri terbarunya.

Menjamurnya industri produk massa ini bukan hanya sekedar menawarkan produk pakai dan hiburan. Tetapi di dalamnya juga menawarkan kesenangan, ilusi, realitas semu dan sesuatu yang bersifat instan. Pola perilaku konsumsi massa tidak bisa dilepaskan dari kekuatan modal, pasar dan industri media massa. Para produsen budaya massa, pasar dan media massa menjadi aparatus ideologis untuk membujuk masyarakat menjadi konsumtif terhadap produk yang mereka ciptakan. Produsen seolah membawa ideologi terselubung untuk menjadikan masyarakat sebagai konsumen pasif yang begitu saja menerima dan menggunakan produk

tersebut tanpa diikuti kesadaran kritis. Essai Dwight Macdonald yang sangat berpengaruh, "A Theory of Mass Culture" menyebutkan :

"...Budaya massa diberlakukan dari atas, dibuat oleh teknisi yang diangkat oleh bisnismen, audiensnya adalah konsumen pasif. Partisipasi mereka terbatas pada pilihan antara membeli atau tidak membeli."¹¹

Konsumsi kini tidak lagi sekedar bersifat fungsional yakni kebutuhan pemenuhan dasar manusia, melainkan bersifat material sekaligus simbolik, mengekspresikan posisi dan identitas seorang di dunia.¹² Gaya hidup memang terasa menggoda dan menggiurkan. Gaya hidup adalah pola tingkah laku, kebiasaan sehari-hari seperti cara berpakaian, makan, dll yang timbul akibat dari fenomena-fenomena psikologis dan sosial yang ikut mengkondisikan perilaku manusia pada satu masa tertentu.¹³

Uang berhamburan begitu saja untuk keperluan yang sifatnya remeh-temeh dan foya-foya. Logika dan akal sehat seperti dibutakan oleh kilaunya dunia gaya hidup yang penuh dengan kebahagiaan ilusif dan kepuasan dunia semata. Tak heran ketika banyak orang yang dengan gampangnya merogoh kocek jutaan rupiah hanya untuk bersenang-senang satu malam. Atau banyak wanita karir yang sibuk menghabiskan gaji bulanannya untuk belanja dan perawatan tubuh mereka.

Budaya massa memang selalu identik dengan kesenangan dan selalu memberikan kita gambaran tentang kehidupan masyarakat kontemporer yang penuh dengan ilusi modernitas. Dan bagi yang menjalaninya tentu saja akan mendapatkan kepuasan tersendiri. Karenanya wajar saja apabila banyak

¹¹ *Ibid.* h. 51

¹² Eko Prasetyo, *Orang Kaya di Negeri Miskin*, (Yogyakarta: Resist Book, 2005), h. 80

¹³ Sulaksana, Uyung, *Intergrated Marketing Communication*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 2

masyarakat yang begitu mudah masuk dalam pusaran arus budaya ini dan menjadi hamba setia dari para produsen budaya massa.

Membawa masyarakat ke alam mimpi indah modernitas bukanlah hal yang sulit untuk dilakukan. Gunakan media massa sebagai 'malaikat' pembawa 'wahyu modernisasi' gaya hidup. Kecanggihan teknologi dan aksesibilitas yang dimiliki media massa sangat memudahkan para produsen mendapatkan pasar yang lebih luas dan keuntungan yang berlipat. Sehingga media massa menjadi faktor kunci keberhasilan dari kepentingan para produsen untuk mempengaruhi pola pikir dan kebutuhan akan gaya hidup masyarakat sebagai konsumen.

Masyarakat konsumtif mudah terpesona dengan gaya hidup ala barat yang disuguhkan lewat film dan sinetron. Citra yang dibentuk lewat kecantikan dan ketampanan para artis dianggap sebagai citra yang ideal. Kemudian mereka berusaha untuk tampil trendi dengan mencoba dan memakai produk terbaru melalui rayuan iklan dan diskon.

Di dalam masyarakat konsumtif ketergantungan terhadap produk tersebut menjadi sangat tinggi. Berawal dari kebutuhan kemudian menjadi kebiasaan yang akhirnya menjadi budaya baru. Malu rasanya apabila dianggap kuno dan kampungan kalau tidak mengikuti gaya hidup yang sedang *up to date*. Seolah kita berlomba untuk selalu tampil trendi dan modern. Tak lengkap rasanya hidup ini jika belum menyempatkan diri berkunjung ke pusat perbelanjaan modern dan restoran cepat saji walau hanya sekedar mampir.

Akibatnya terjadi pergeseran dari alasan fungsional menjadi alasan status. Banyak orang mengonsumsi barang atau makanan yang bermerk untuk mengejar

gengsi dan meningkatkan status sosial. Orang tidak lagi memusingkan fungsi dan manfaat dari benda yang dikonsumsi tetapi lebih melihat bagaimana benda itu dapat meningkatkan status dan citra personal mereka menjadi lebih prestisius. Agaknya gaya hidup seperti ini menuntut biaya tinggi. Tak peduli apakah hidup hanya sekali, yang penting bisa mengejar kesenangan agar selalu tampil gaul dan *funky*.

Fenomena tersebut merupakan gambaran yang diamati dan dialami oleh penulis secara langsung sejak dua tahun terakhir. Penulis melihat bahwa budaya massa terkait dengan budaya konsumsi masyarakat atas produk dan hiburan massa yang didukung oleh fasilitas serta kecanggihan teknologi media massa. Dan konsumsi massa telah banyak dipengaruhi oleh keinginan untuk meniru, memiliki, dan menyukai berbagai macam hal yang ditawarkan oleh produsen produk massa melalui media massa dan hiburan.

Beberapa ulasan dan contoh dari keberadaan budaya massa inilah yang penulis rumuskan untuk kemudian dituangkan ke dalam karya lukis tugas akhir.

D. TUJUAN dan MANFAAT

Tujuan

1. mengetahui bentuk-bentuk budaya massa dan dampaknya di masyarakat.
2. mengangkat berbagai persoalan yang terjadi dalam budaya massa ke dalam karya lukis.

Manfaat

1. para *audience* memahami perkembangan budaya massa melalui karya lukis.
2. para *audience* memiliki sikap yang kritis terhadap budaya massa.

