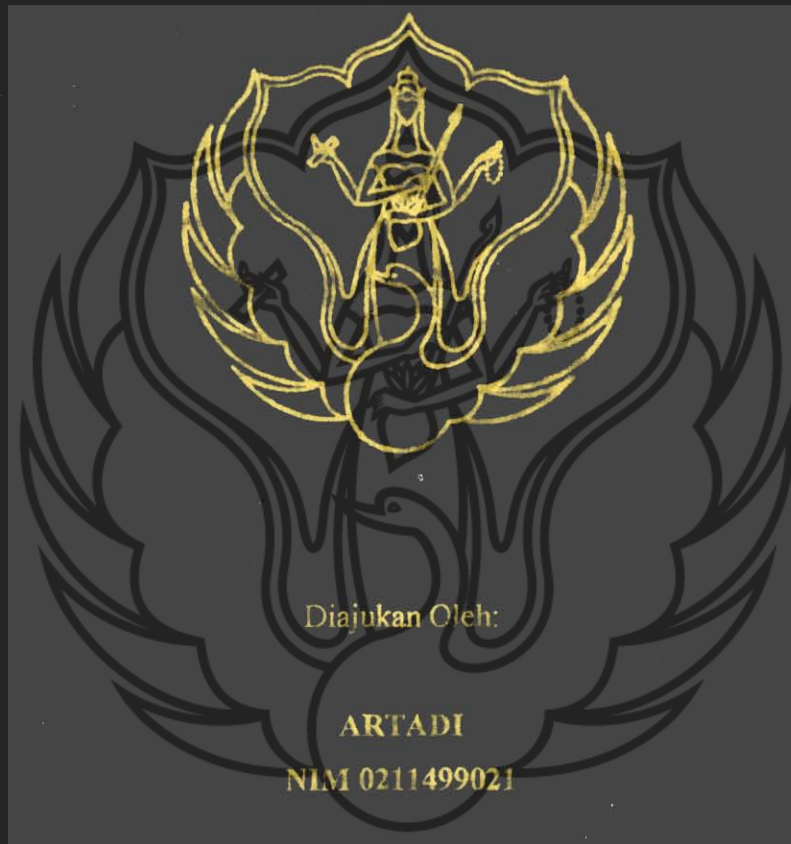


**HIPERREALITAS GAYA HIDUP
DALAM PENCIPTAAN SENI LUKIS**

LAPORAN
TUGAS AKHIR KARYA SENI



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

2009

**HIPERREALITAS GAYA HIDUP
DALAM PENCIPTAAN SENI LUKIS**

LAPORAN
TUGAS AKHIR KARYA SENI

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	3045/H/9/2009
KELAS	
TERIMA	29-8-2009



Diajukan Oleh:

ARTADI
NIM 0211499021

MINAT UTAMA SENI LUKIS
POGRAM STUDI SENI RUPA MURNI
JURUSAN SENI MURNI
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2009

**HIPERREALITAS GAYA HIDUP
DALAM PENCIPTAAN SENI LUKIS**

LAPORAN
TUGAS AKHIR KARYA SENI



Diajukan Oleh:

ARTADI

NIM 0211499021

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S-1 dalam bidang
Seni Rupa Murni
2009

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Karya ini penulis persembahkan kepada
Bapak dan Ibu tercinta yang telah berjuang mengorbankan segala sesuatu
untuk keberhasilan proses kuliah penulis*



PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir Karya Seni ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi baik ISI Yogyakarta maupun Perguruan Tinggi lain, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya seni yang pernah dibuat oleh orang lain, kecuali yang diacu dalam laporan ini dan disebutkan dalam daftar pustaka dan lampiran.



Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Artadi', is written over the printed name.


Artadi

0211499021

HALAMAN PENGESAHAN

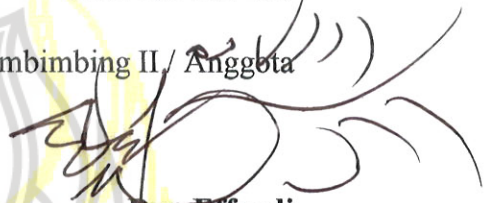
Tugas Akhir Karya Seni berjudul :
”**HIPERREALITAS GAYA HIDUP DALAM PENCIPTAAN SENI LUKIS**”
diajukan oleh Artadi, NIM 0211499021, Program Studi Seni Rupa Murni,
Jurusan Seni Murni, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah
di pertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 25 Juni
2009 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Anggota



Drs. Agus Kamal
NIP. 131 661 171

Pembimbing II / Anggota



Drs. Effendi
NIP. 131 661 161

Cognate / Anggota



Drs. A.B. Dwianto, M.S.
NIP. 131 284 650

Ketua Jurusan Seni Murni / Ketua Program Studi Seni Murni/ Anggota



Dra. Nunung Nurdjanti, M.Hum.
NIP 130521312



Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.
NIP 131567129

KATA PENGANTAR

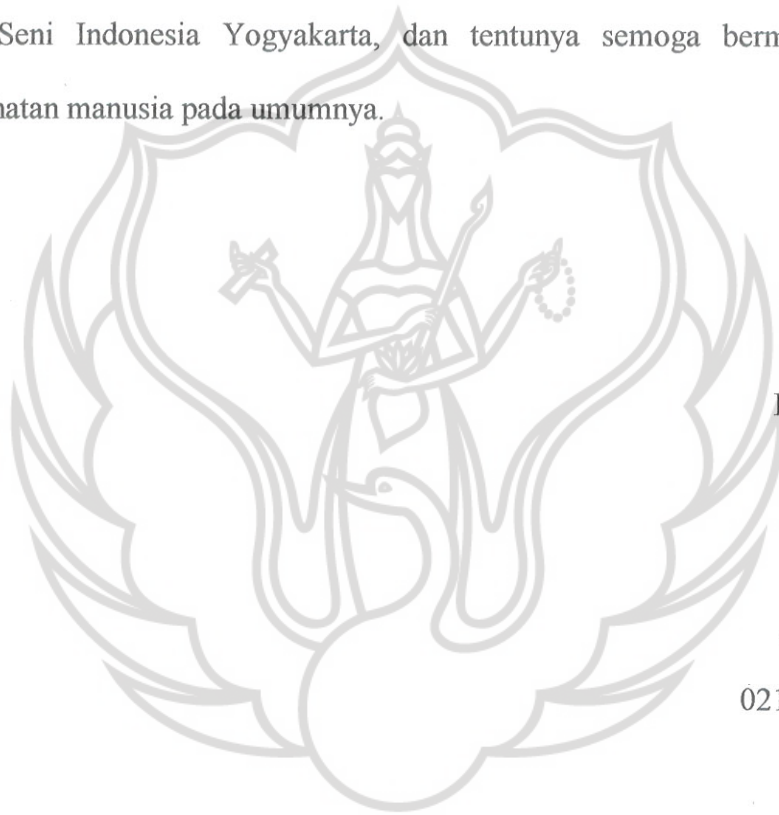
Segala puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga karya Tugas Akhir dan laporan ini dapat diselesaikan. Dengan penuh rasa hormat dan rendah hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Drs. Agus Kamal, selaku Dosen Pembimbing I.
2. Drs. Effendi, selaku Dosen Pembimbing II.
3. Drs. A B. Dwiantoro, M.S. selaku Cognate
4. Drs. A.G. Hartono, M.Sn., selaku Dosen Wali yang selalu memberikan arahan selama penulis menempuh studi di ISI Yogyakarta.
5. Bapak/ Ibu Dosen staf pengajar Jurusan Seni Murni, khususnya Seni Lukis yang telah banyak memberikan bimbingan selama proses studi.
6. Wiwik Sri Wulandari M.Sn, selaku sekretaris Jurusan Seni Murni
7. Dra. Nunung Nurdjanti, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Seni Murni dan Ketua Program Studi S-1 Seni Murni.
8. Dr. M. Agus Burhan, M. Hum., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa.
9. Prof. Dr. Soeprapto Soejono, MFA., Ph.D., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
10. Staf karyawan Jurusan Seni Murni dan Perpustakaan ISI Yogyakarta.
11. Bapak dan Ibu, Kakak sekeluarga tercinta atas kasih sayang dan dukungannya.
12. Paklik Mujirun atas segala ajaran ilmu, bantuan moral dan spiritual.
13. Bp. Ang Andi Bintoro atas segala bantuan dan dorongan semangatnya.
14. Adi Pigura atas segala bantuannya.
15. Dede Tersayang yang telah banyak membantu dan selalu memberi semangat.

16. Sahabat dan teman-temanku yang tak bida disebutkan satu-persatu.

Segala bimbingan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis, semoga mendapat imbalan yang berlimpah dari Allah SWT.

Akhir kata penulis berharap semoga tulisan ini bisa diapresiasi dengan segala kelebihan dan kekurangannya, kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan. Semoga Tugas Akhir yang disajikan ini bisa bermanfaat bagi perkembangan seni dan budaya, khususnya di lingkungan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dan tentunya semoga bermanfaat bagi kemaslahatan manusia pada umumnya.



Penulis

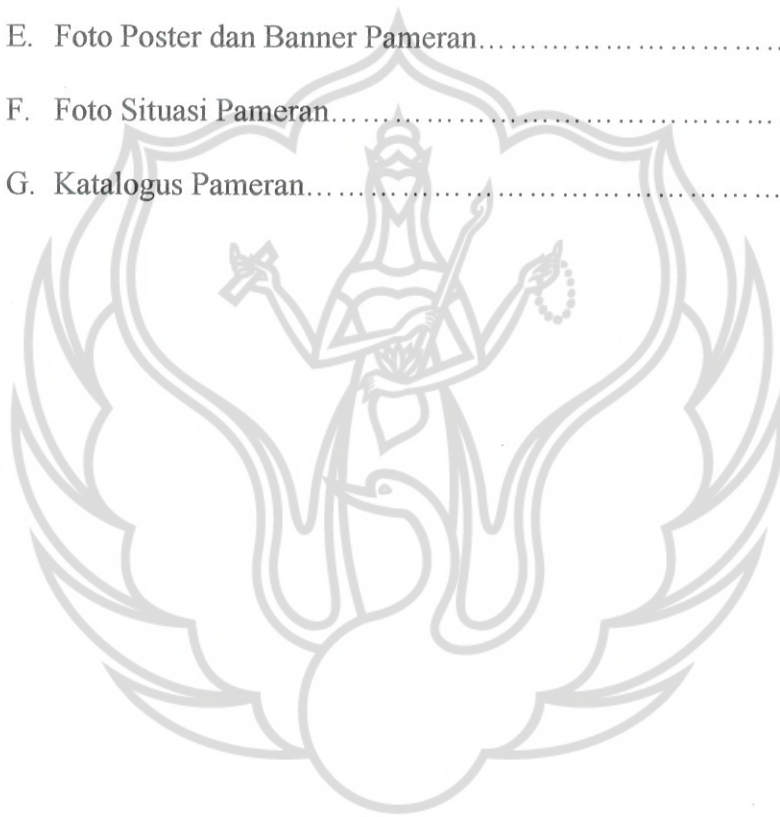
Artadi

0211499021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Rumusan penciptaan.....	5
C. Tujuan dan Manfaat.....	7
D. Makna Judul.....	7
BAB II KONSEP.....	12
A. Konsep penciptaan.....	12
B. Konsep Bentuk/Wujud.....	16
C. Konsep Penyajian.....	20
BAB III PROSES PEMBENTUKAN.....	21
A. Bahan.....	21
B. Alat.....	22
C. Teknik.....	23
D. Tahap Pembentukan.....	24
BAB IV TINJAUAN KARYA.....	37

BAB V PENUTUP.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	61
A. Foto Acuan Karya Seni.....	61
B. Foto Acuan dari Alam dan Benda.....	71
C. Sebagian Foto Acuan Model.....	74
D. Biodata dan Foto Penulis.....	77
E. Foto Poster dan Banner Pameran.....	81
F. Foto Situasi Pameran.....	83
G. Katalogus Pameran.....	90

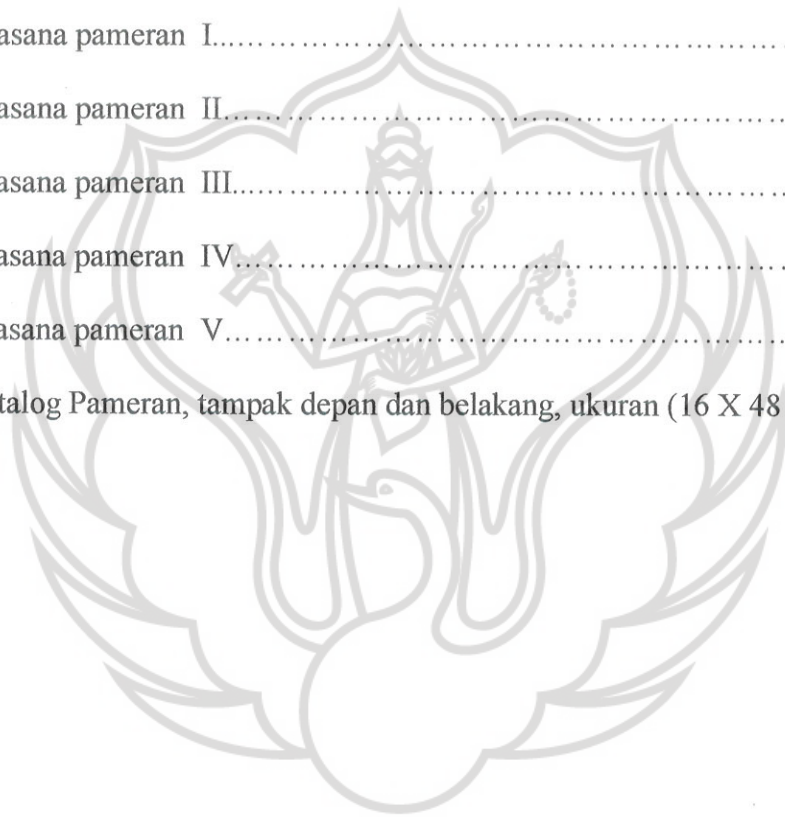


DAFTAR GAMBAR

1.	Sketsa rancangan karya pada kertas HVS.....	28
2.	Membuat model gambar.....	29
3.	Model gambar setelah jadi.....	30
4.	Penyiapan bahan melukis.....	31
5.	Penyiapan alat melukis.....	32
6.	Proses Sketsa pada kanvas.....	33
7.	Proses <i>Under Painting</i>	34
8.	Proses Pewarnaan <i>Half Tone</i>	35
9.	Proses <i>Finishing</i> Lukisan.....	36
10.	<i>Fresh Style</i> , 2007, Cat minyak di atas kanvas, 110 x 127 cm.....	38
11.	<i>Cooling Down</i> , 2007, Cat minyak di atas kanvas, 100 x 80 cm.....	39
12.	<i>Woman Inside</i> , 2007, Cat minyak di atas kanvas, 85 x 70 cm.....	40
13.	<i>Earth-ploitation</i> , 2006, Cat minyak di atas kanvas, 80 x 60 cm.....	41
14.	<i>The Way of Life</i> , 2007, Cat minyak di atas kanvas, 100 x 130 cm.....	42
15.	<i>Green Angel</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, 150 x 100 cm.....	43
16.	<i>Missing Lips</i> , 2008, Cat minyak di atas kanvas, 100 x 80 cm.....	44
17.	<i>The Effect</i> , 2008, Cat minyak di atas kanvas, 110 x 145 cm.....	45
18.	<i>Find a new place</i> , 2008, Cat minyak di atas kanvas, 150 x 100 cm.....	46
19.	<i>Green Styles</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, 100 x 150 cm.....	47
20.	<i>Illusion</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, 100 x 70 cm.....	48
21.	<i>Out of the Box</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, 70 x 50 cm.....	49
22.	<i>Klimaks</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, 70 x 50 cm.....	50

23.	<i>Instant Monument</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, 150 X 100 cm.....	51
24.	<i>Slicker</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, 145 x 110 cm.....	52
25.	<i>Yummy</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, 100 X 150 cm.....	53
26.	<i>Madness</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, 200 x 150 cm.....	54
27.	<i>Super Konsumer</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, 200 x 150 cm.....	55
28.	<i>Ego Signs</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, 200 x 150 cm.....	56
29.	<i>Transfor-Nation</i> , 2009, Cat minyak di atas kanvas, twin 200 x 300 cm (2 panel).....	57
30.	Ronald Manullang, <i>Tak Ada Purnama Di Atas Aceh</i> , 2004, Cat minyak di atas kanvas, 100 x 120 cm.....	61
31.	Jacques Louis David, Proses sketsa awal rancangan karya, <i>The Intervention of The Sabine Women</i> , 1799, <i>Oil on canvas</i> , 385 x 522 cm...	62
32.	Jacques Louis David, <i>The Intervention of The Sabine Women</i> , 1799, <i>Oil on canvas</i> , 385 x 522 cm.....	63
33.	Agus Kamal, 2008, <i>Oil on canvas</i>	64
34.	Fassel Lousa Ferenc, <i>Hunt</i> , 70 x 100 cm, <i>Oil Fibreboard</i>	65
35.	Sigit Santoso, <i>Renungan</i> , 1997, <i>Oil On Canvas</i> , 55 x 65 cm.....	66
36.	Yue Minjun, <i>Big Swans</i> , 2006.....	67
37.	Bambang Pramudiyanto, <i>Ameriki</i> , <i>Oil On Canvas</i> , 150 x 150 cm.....	68
38.	I Nyoman Masriadi, <i>The Man From Bantul (The Final Round)</i> , 2005.....	69
39.	Ifansyah, <i>Oil on canvas</i>	70
40.	Burung Kertas.....	71
41.	Kaleng.....	72
42.	Sarang.....	73

43. Model: Penulis.....	74
44. Model: Sumo.....	75
45. Model: Soekarno.....	76
46. Poster pameran	81
47. <i>Banner</i> pameran	82
48. Suasana <i>display</i> pameran I.....	83
49. Suasana <i>display</i> pameran II.....	84
50. Suasana pameran I.....	85
51. Suasana pameran II.....	86
52. Suasana pameran III.....	87
53. Suasana pameran IV.....	88
54. Suasana pameran V.....	89
55. Katalog Pameran, tampak depan dan belakang, ukuran (16 X 48 cm).....	90



BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Penciptaan

Perkembangan masyarakat Indonesia awal milenium ketiga ditandai oleh berbagai peningkatan tempo kehidupan, sebagai akibat dari meningkatnya kecepatan di dalam berbagai bidang teknologi, informasi, produksi, konsumsi, tontonan, dan hiburan yang berimbas pada ekonomi, sosial, dan kebudayaan. Terdapat kecenderungan umum ke arah pembentukan simbol sosial dan identitas kultural melalui gaya pakaian, mobil, atau produk lainnya sebagai komunikasi simbolik dan makna-makna sosial.

Muncul beragam fenomena perwujudan gaya hidup yang ditampilkan oleh berbagai kelompok dalam masyarakat. Sebagai contoh dalam satu Mal saja, penulis dapat melihat puluhan bahkan ratusan cara berpakaian, bermacam pola konsumsi, cara menampilkan diri mulai dari cara jalan, cara berbicara dan bersikap. Masyarakat mengkonsumsi objek-objek bukan sekadar menghabiskan nilai guna dan nilainya, akan tetapi juga untuk menandai kekayaan dan status sosial masyarakat. Misalnya, saat mereka membeli celana jeans Levi's di Mal, kita tidak sedang membeli kain penutup tubuh, melainkan imaji yang mengepung barang itu. Saat kita menonton film di Bioskop 21, bukan muatan film yang kita konsumsi melainkan imaji borjuasi yang berpendar darinya. Seorang anggota kelompok gaya hidup tertentu lebih memilih "McDonald's dan Coca-cola" sebagai "budaya makan dan minum"nya, ketimbang warung makan biasa di

pinggir jalan, dan lebih memilih belanja di ambarukmo plaza ketimbang di pasar beringharjo.

Mal selain menjadi jalur lalu lintas barang dan jasa, akan tetapi juga jalur lalu lintas gaya hidup, identitas, nilai-nilai, yang berganti, dan berpindah-pindah tanpa hentinya. Mal menjadi tempat setiap orang membangun dan merealisasikan citra dirinya, tempat setiap orang merumuskan gaya hidupnya, tempat setiap orang mencari identitasnya.

Seperti dikatakan oleh Yasraf Amir Piliang :

“Hypermarket adalah bentuk sosialisasi masa depan yang dikendalikan oleh para elit, yang didalamnya dikonstruksi durasi ruang-waktu, tempat lalu lintas tidak saja barang dan jasa, tetapi juga tubuh, hasrat dan libido, tempat lalu lintas kehidupan sosial (kerja,waktu senggang, makanan kesehatan transportasi, hiburan, media, kebudayaan), tempat bertemunya segala bentuk kontradiksi sosial, ruang waktu bagi beroperasinya segala bentuk simulakrum kehidupan sosial, tempat bertemunya segala struktur lalu lintas kehidupan sosial, menjadi pusat konsentrasi segala bentuk kehidupan”¹.

Saat ini gaya hidup manusia mulai dari makan sampai seks ditentukan oleh biro-biro iklan sebagai perpanjangan tangan penguasa kapital. Di dalam iklan masyarakat diberikan kebebasan memilih diantara berbagai pilihan citra, tanda, gaya, dan gaya hidup, sementara pilihan itu sendiri ditentukan oleh para penguasa kapital. Iklan mambujuk dan merayu lewat kepalsuan tanda dan kesemuan makna, menampilkan kesemuan seolah-olah sebagai kebenaran, menyuguhkan ilusi seakan-akan seperti realitas. Pendangkalan imaji melahirkan simulasi yang meretas perbedaan antara yang sejati dan yang konkret.

¹ Yasraf Amir Piliang, *Posrealitas : Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika* (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), p. 118.

Orang mulai meyakini bahwa dirinya tanpa atau di luar produk tersebut adalah semu. Diri di luar adalah diri yang terjajah oleh rutinitas kerja yang membuat hidup layaknya sebuah balok kayu penopang atap rumah. Diri sesungguhnya ditemukan di Cafe atau Club, tempat diri terlepas dari segala rutinitas dan dipasok pelbagai jenis kesenangan indrawi, ini lain dari rasa sampai mata.

Saat kapitalisme membawahkan konsumsi pada produksi ia tidak lagi berfokus pada etika produksi melainkan konsumsi. Masyarakat disulap menjadi masyarakat konsumen, dikelompokkan berdasarkan gaya hidup. Segala sesuatu apapun dibolehkan dengan syarat selaras dengan gaya hidup konsumeristis. Apapun boleh asal melahap tuntas segala yang diproduksi para pembesar kapital. Gaya hidup menyembunyikan apa yang sesungguhnya berupa akumulasi modal, paling tidak modal budaya dan simbolik. Gaya hidup belanja adalah ideal baru yang merenggut massa dari konsumen dari dunia ketradisionalannya dan menjadikan mereka sebagai subjek dari rangkaian gaya hidup yang mengalir dan berubah tidak ada henti-hentinya. Segala potensi hasrat dieksplorasi secara melampaui batas, semata untuk memperoleh keuntungan maksimum.

Menurut Yasraf Amir Piliang :

“Konsumsi tidak lagi diartikan semata sebagai satu lalu lintas kebudayaan benda, akan tetapi menjadi sebuah panggung sosial, yang didalamnya makna-makna sosial diperebutkan, yang di dalamnya terjadi perang posisi di antara anggota-anggota masyarakat yang terlibat. Budaya konsumerisme yang berkembang merupakan satu arena, produk-produk konsumen merupakan satu medium untuk pembentukan personalitas, gaya, citra, gaya hidup, dan secara diferensiasi status sosial yang

berbeda-beda. Barang-barang konsumen pada akhirnya menjadi sebuah cermin tempat para konsumen menemukan makna kehidupan”².

Konsumsi menjadi bagian yang tak terpisahkan “gaya hidup”. Sistem konsumsi mutakhir mengonstruksi masyarakat konsumen menjadi kelompok-kelompok gaya hidup, yang pola kehidupan (pola penggunaan waktu, ruang, dan barang) mereka diatur berdasarkan tema, citra, dan makna simbolik tertentu. Setiap kelompok gaya hidup menciptakan “ruang sosial”, yang di dalamnya gaya hidup diproduksi.

Ruang sosial masyarakat konsumen diisi oleh kombinasi media, citra, dan tempat belanja (mal), yang secara bersama-sama membentuk gaya hidup “konsumerisme”. Ruang konsumsi mutakhir dicirikan oleh pengombinasian elemen-elemen gaya hidup dengan cara yang baru, yang di dalamnya disatukan berbagai kegiatan diwaktu senggang, kesenangan, permainan, hiburan, dan konsumsi.

Ruang konsumsi menjadi setiap orang mengembangkan berbagai perilaku konsumen dan berbagai kebiasaan kultural yang kompleks. Ruang konsumsi menjadi ajang eksperimentasi sosial, perubahan tingkah laku, pembentukan watak sosial, penciptaan proses diri, pergantian berbagai identitas sehingga menjadikannya seperti sebuah “panggung kehidupan”.

Yasraf Amir Piliang mengatakan :

“Ruang konsumsi postmodern adalah ruang tempat terjadinya “permainan tanda” dan “perang tanda” (war of sign) yang tidak ada

² Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat : Tamasya melampaui batas-batas kebudayaan* (Yogyakarta : Jalasutra, 2004), p. 189.

akhirnya, di antara berbagai kelompok gaya hidup. Perang tanda tersebut menciptakan kondisi terperangkapnya konsumen di dalam “keharusan perubahan” dan perbedaan tanda yang tidak ada hentinya. Konsumer kemudian digiring untuk “belanja gaya hidup” (*lifestyle shopping*) ketimbang belanja sebuah barang, yang tempo perubahannya dikonstruksi oleh para perumus gaya hidup (*Trend Setter*). Gaya hidup lalu diciptakan sebagai sebuah “kebutuhan” ketimbang sebuah “keinginan” belaka. Gaya hidup akhirnya menjadi “objek” konsumsi sendiri”³.

B. Rumusan Penciptaan

Model hiperealitas gaya hidup saat ini adalah gaya hidup konsumerisme, materealistik, hedonistik, dan narsistik yang dikonstruksi oleh kapitalisme global dewasa ini. yang logikanya adalah imaji dan energi pendorongnya adalah hasrat, yang mekanismenya adalah rasa ketidakpuasan, dan tujuannya adalah keuntungan maksimum.

Sistem hiperealitas gaya hidup mengonstruksi masyarakat konsumer menjadi kelompok-kelompok gaya hidup, yang pola kehidupan (pola penggunaan waktu, ruang, dan barang) mereka diatur berdasarkan tema, citra, dan makna simbolik tertentu. Setiap kelompok gaya hidup menciptakan “ruang sosial”, yang di dalamnya gaya hidup diproduksi. Ruang sosial konsumsi yang dicirikan oleh pengombinasian elemen-elemen gaya hidup dengan cara yang baru, yang di dalamnya disatukan berbagai kegiatan diwaktu senggang, kesenangan, permainan, hiburan, dan konsumsi.

³ Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Berlari : Mencari “Tuhan-Tuhan Digital”* (Yogyakarta : Grasindo, 2004), p. 262.

Di dalam model gaya hidup konsumerisme, masyarakat didorong untuk terus membeli, terus memiliki, terus mengonsumsi, terus mencari lebih banyak uang untuk memenuhi siklus kehidupan, dorongan hasrat yang tanpa batas. Pencarian tanpa henti materi di dalam wacana kapitalisme global telah menipu masyarakat karena seperti sebuah fatamorgana, masyarakat tersesat dalam pencarian yang semakin lama semakin menjauhkan masyarakat dari nilai luhur keasliannya.

Masyarakat tidak bisa hidup lagi hidup selamanya di dalam model gaya hidup konsumerisme. Untuk itu masyarakat perlu mengurangi laju percepatan kapitalisme global dalam menyebarkan virus-virus pengaruh ideologisnya, khususnya pengaruh hasrat dan gaya hidupnya yang tanpa batas. Masyarakat perlu mengembangkan diri melalui pengaturan pola kehidupan yang seimbang, harmonis, dan lebih manusiawi, misalnya keseimbangan antara dunia materi dan dunia spiritual.

Seperti diungkapkan Yasraf Amir Piliang :

“Gaya hidup berkeseimbangan adalah gaya hidup dengan tempo kehidupan yang diperlambat. Waktu konsumsi diimbangi dengan kontemplasi. Hidup tidak hanya sekadar pemenuhan materi, tetapi juga diperkaya dengan kebutuhan spiritual. Durasi waktu yang berkeseimbangan adalah durasi waktu yang mengombinasikan secara berimbang antara durasi konsumsi, durasi belajar, durasi kontemplasi, durasi sosialisasi. Keseimbangan itu bisa dicapai bila kita keluar dari perangkap “gaya hidup artifisial” konsumerisme, yang mendominasi durasi kehidupan hutan rimba pergantian citra dengan tempo yang tinggi”⁴.

⁴ Yasraf Amir Piliang, *ibid*, pp. 307-308.

C. Tujuan dan Manfaat

Tujuan

1. Mengetahui perkembangan gaya hidup, baik fungsi dan maknanya, juga pengaruhnya di dalam realitas kehidupan masyarakat.
2. Mengangkat permasalahan yang timbul pada realitas kehidupan masyarakat akibat perkembangan gaya hidup yang melampaui batas-batas alamiahnya ke dalam lukisan dengan memakai metafor-metafor.

Manfaat

Sebagai ajakan kepada masyarakat untuk mengingatkan dan membangun kesadaran baru ke arah etika, moral, lingkungan, kemanusiaan dan spiritual yang berkeselimbangan, selain pertimbangan pasar di dalam menghadapi era globalisasi.

D. Makna Judul

Tugas akhir karya seni ini mengangkat judul “Hiperealitas Gaya Hidup dalam Penciptaan Seni Lukis”. Untuk menghindari meluasnya arti dan penafsiran terhadap judul di atas sehingga terjadi penyelarasan antara judul penulisan dengan karya seni lukis yang tercipta, maka definisi dari kata atau istilah yang dipergunakan dalam judul tersebut ditegaskan sebagai berikut:

Hiper (Hyper) :

Hyper yaitu ketika setiap sifat atau sesuatu berkembang ke arah titik ekstrim, ke arah kondisi melampaui batas-batas alamiahnya⁵.

Realitas :

Istilah ini menurut kamus besar Bahasa Indonesia berarti kenyataan⁶. Lebih tegas lagi dalam kamus ilmiah populer kata atau istilah realitas berarti kenyataan yang sesungguhnya, keadaan riil atau sesuatu yang benar-benar ada⁷.

Realitas adalah taraf kekekalan sesuatu yang ditemukan dalam setiap pengalaman atau yang menjadi atribut setiap objek, manusia, ingatan, gagasan, nilai, lambang dan seterusnya⁸.

Menurut Wilber, Realitas itu sebuah keutuhan yang berjenjang yang disebut holarki, dan setiap jenjangnya, yang disebut holon mempunyai empat aspek yaitu aspek subyektif, aspek objektif, aspek inter objektif dan aspek intersubjektif (keempat aspek itu bersesuaian dengan jiwa, badan, masyarakat dan budaya yang masing-masingnya dipelajari oleh psikologi individual, sains natural, sosiologi sistemik, dan humaniora kultural⁹).

Hiperealitas (Hyper-reality) :

Istilah yang digunakan oleh Baudrillard untuk menjelaskan keadaan runtuhnya realitas, yang diambil alih oleh rekayasa model-model (citraan,

⁵ Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat : Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan* (Yogyakarta : Jalasutra, 2004), p. 231.

⁶ Anton M. Muliono (Ed.), *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka, 1998), p. 733

⁷ Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer* (Jakarta : Alkola, 1994), p. 65

⁸ Astarhadi, *Matinya Dunia Cyberspace: Kritik Humanis Mark Slouka terhadap Jagat Maya* (Yogyakarta : LKIS Yogyakarta, 2005), p. 117

⁹ <http://wilber.shambala.com>.

halusinasi, simulasi), yang dianggap lebih nyata dari realitas itu sendiri, sehingga perbedaan antara keduanya menjadi kabur¹⁰.

Gaya (Style) :

Gaya adalah cara menyusun atau mengkombinasikan elemen-elemen di dalam seni, sastra, desain, dan arsitektur, sehingga menghasilkan sebuah komposisi yang bermakna¹¹.

Gaya hidup (lifestyle) :

Gaya hidup adalah pola penggunaan ruang, waktu, dan objek yang khas masyarakat tertentu¹²

Gaya hidup dipahami sebagai adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Cara berpakaian, konsumsi makanan, termasuk penggunaan zat-zat adiktif, cara kerja dan bagaimana individu mengisi kesehariannya merupakan unsur-unsur yang membutuhkan gaya hidup¹³.

David Chaney, di dalam *Life Style* menjelaskan gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk kultural, masing-masing merupakan gaya, tata karma, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu tertentu yang merupakan

¹⁰ Claudia Dona, "Invisible Design" dalam John Thackara, *Design After Modernism* (Themes & Hudson, 1988), p. 152.

¹¹ Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat : Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*, (Yogyakarta : Jelasutra, 2004), p. 81.

¹² Yasraf Amir Piliang, *Ibid.* p. 18.

¹³ Forum Studi Kebudayaan FSRD ITB. *Resistensi Gaya Hidup : Teori dan Realitas* (Yogyakarta : Jelasutra, 2006), p. 146.

karakteristik suatu kelompok, tetapi bukanlah keseluruhan pengalaman sosial mereka¹⁴.

Penciptaan :

Penciptaan Berasal dari kata dasar cipta yang berarti kesanggupan pikiran untuk mengadakan sesuatu yang baru, angan-angan kreatif, juga berarti pembuatan/ proses menciptakan¹⁵.

Seni :

Seni menurut Every Man Encyclopedia : terjemahan Soelarso Sp. ialah:

“Segala sesuatu yang dilakukan orang bukan atas dasar dorongan kebutuhan pokoknya. Melainkan adalah apa saja yang dilakukan semata-mata karena kehendak dorongan kebutuhan spiritual”¹⁶.

Seni lukis :

Seni lukis menurut Herbert Read adalah penggunaan garis, warna, tekstur, ruang dan bentuk (shape) pada suatu permukaan yang bertujuan menciptakan image-image. Image-image tersebut bisa merupakan pengekspresian dan ide-ide, emosi-emosi, pengalaman yang dibentuk sedemikian rupa sehingga mencapai harmoni¹⁷.

Seni lukis adalah hasil pengucapan pengalaman artistik yang ditumpahkan dalam bidang dua dimensional dengan menggunakan garis dan warna¹⁸.

¹⁴ David Chaney, *Terjemahan Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif* (Yogyakarta : Jalasutra, 2003), p. 41.

¹⁵ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Depdikbud, Balai Pustaka. 1993), p. 24.

¹⁶ Sp. Soedarso, *Tinjauan Seni* (Yogyakarta : Saku Dayar Sana, 1988), p. 2.

¹⁷ Herbert Read (Soedarso Sp. Penerjemah), *Pengertian Seni* (Yogyakarta : STSRI “ASPI”, 1976), p. 2.

¹⁸ Soedarso Sp. *Tinjauan Seni : Sebuah Pengantar Untuk Apresiasi Seni*

Jadi makna keseluruhan secara umum, judul tugas akhir “Hiperealitas Gaya Hidup dalam Penciptaan Seni Lukis” adalah kegiatan kreatif mengekspresikan ide-ide, emosi-emosi, pengalaman yang dibentuk dalam bidang-bidang dua dimensional dengan menggunakan garis, warna, ruang, bentuk untuk tujuan menciptakan image-image dalam rangka mengetahui dan mengangkat fenomena perkembangan yang melebihi batas-batas kenyataan alamiah sesungguhnya dalam pola penggunaan ruang, waktu, dan objek yang khas masyarakat tertentu melalui rekayasa model-model (citraan, halusinasi, simulasi), sehingga dianggap lebih nyata dari realitas itu sendiri, sehingga perbedaan antara keduanya menjadi kabur.

