

**Aroma pada Desain Interior Gallery
Langgeng Art Foundation
Yogyakarta**



I Putu Pradipta Dharmista
1512014023

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2019

I. Pendahuluan

Seni yang berkembang di Yogyakarta cukup beragam, mulai dari seni tradisional, seni modern hingga seni kontemporer. *Seni kontemporer* mulai berkembang di Yogyakarta sekitar tahun 1980-an. Hasil karya seni kontemporer layak untuk bersaing dalam event - event seni yang digelar serta mendapatkan apresiasi yang baik, hal ini terbukti dengan sering diadakannya event kesenian yang mengikutsertakan seni kontemporer sebagai bagian dari acara seni serta event kesenian. Beberapa acara besar seperti *Biennale*, *Festival Kesenian Yogyakarta*, serta *Jogja Java Carnival* yang merupakan agenda tahunan di Yogyakarta untuk pameran hasil karya seni kontemporer secara komersil.

Selama ini seni rupa kontemporer merupakan dunia eksklusif , dimana seniman dan hasil karyanya hanya dikenal oleh kalangan tertentu. Karena secara praktis di lapangan pengelolaan hanya dilakukan secara perorangan atau dalam komunitas dan kelompok. Akibatnya masyarakat yogyakarta kurang mengetahui seni kontemporer khususnya seni rupa kontemporer dan tidak mengetahui di Yogyakarta terdapat banyak seniman yang bertaraf Internasional. Dapat dikatakan berkembangnya seni rupa kontemporer tidak dibarengi oleh media apresiasi dan ekspresi seni rupa kontemporer di Yogyakarta.

Karena hal itulah pada tahun 2010, Langgeng Art Foundation didirikan oleh Deddy Irianto, sebagai lembaga seni rupa kontemporer yang memusatkan perhatian dan berkerja untuk memfasilitasi berbagai macam seni, penciptaan prestasi dan diskusi terutama dalam kaitannya dengan cara-cara strategis dalam pertumbuhan dan perkembangan seniman dan seni rupa kontemporer Indonesia, khususnya Yogyakarta dengan optimal.

Dari fakta yang tertulis diatas menunjukkan bahwa image seni rupa kontemporer merupakan dunia eksklusif, dimana seniman dan hasil karyanya hanya dikenal oleh kalangan tertentu. Karena secara praktis di lapangan pengelolaan hanya dilakukan secara perorangan atau dalam komunitas dan kelompok. Untuk menemukan parameter sebagai tolak ukur untuk mengenalkan seni rupa kepada golongan yang beragam berbasis pada pameran di gallery dengan upaya untuk meningkatkan kualitas keintiman pengunjung agar bias

lebih menikmati ruang dan karya yang dipamerkan dengan aroma dari bau dan wewangian.

II. Permasalahan Metode

Design Thinking adalah sebuah cara berpikir saat kita mendesain sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Donald Norman, pelopor dari *User Experience Design* mengatakan dengan baik:

“Desainer tidak mencari solusi sampai mereka menentukan masalah sebenarnya, dan bahkan setelahnya, alih-alih langsung menyelesaikan masalah itu, mereka mencari terlebih dulu sebanyak-banyaknya solusi potensial. Baru setelah itu mereka menyimpulkan solusi mereka. Proses ini disebut *Design Thinking*.”

Dari sini kita dapat memetakan empat elemen *Design Thinking* menurut deskripsi Norman:

1. Menentukan masalah yang sebenarnya.
2. Mencari solusi.
3. Mempertimbangkan banyak opsi.
4. Mengerucutkan solusi.

Perhatikan prosesnya. Solusi kreatif tidak pernah hadir dari ide yang pertama kali muncul. Ide pertama hanyalah pintu masuk menuju ide-ide lain yang lebih baik. Desain adalah tentang mengajukan pertanyaan yang lebih baik, melakukan pertimbangan secara menyeluruh dan mencari ide-ide solusi sebanyak-banyaknya terlebih dulu.

Design Thinking adalah berpikir divergen dan konvergen secara berulang. Divergen artinya menyebar, mencoba menghasilkan banyak ide. Konvergen artinya mengerucut, menyimpulkan dan menetapkan ide terbaik dari sekian banyak ide. Proses berpikir divergen ini sering kita istilahkan dengan *Brainstorming*.

Tentu saja, cara terbaik melakukan *Brainstorming* adalah dengan mengikuti saran dari pakarnya. Menurut Alex Osborn (2008), ada empat ‘aturan’ yang perlu diperhatikan untuk menghasilkan ide dan opsi solusi kreatif.

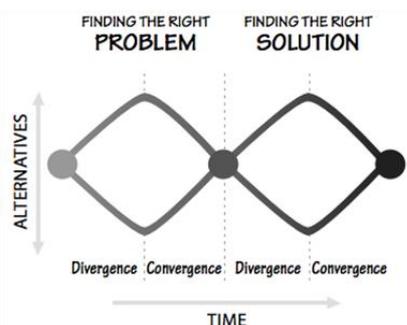
Pertama, fokus pada kuantitas. Biarkan pikiran kita menyebar bebas menghasilkan banyak ide. Jangan pikirkan kualitas saat kita mengeluarkan ide-ide. Fokuslah pada kuantitas. Kuantitas mengantarkan kita pada kualitas.

Kedua, tahan penilaian dan kritik. Dalam brainstorming, setiap ide yang dihasilkan 'harus' diparkir. Tidak perlu dinilai, dilabeli, atau dikritik. Ingat, fokusnya adalah menghasilkan ide sebanyak-banyaknya, bukan sebaik-baiknya. Gunakan ide-ide yang muncul untuk menstimulasi ide-ide baru lainnya. Dengan menunda kritik, kita (dan peserta *brainstorming*) akan merasa aman untuk menghasilkan ide-ide kreatif yang tidak biasa.

Ketiga, buka pintu untuk ide-ide liar. Untuk mendapatkan daftar ide yang panjang dan banyak, biarkan ide liar masuk. Ide liar dapat dihasilkan dengan melihat dari sudut pandang baru dan menunda asumsi. Proses ini akan mengantarkan Anda ke solusi yang lebih baik.

Keempat, kombinasikan dan pertajam ide-ide yang ada. Ide terbaik biasanya merupakan sintesis dari beberapa ide yang ada. Dalam berpikir kreatif, $1+1=3$. Empat aturan ini diterapkan dengan tujuan:

- Mengurangi hambatan berpikir
- Menstimulasi proses penghasilan ide
- Meningkatkan level kreativitas kelompok



Setelah proses berpikir divergen selesai, barulah proses berpikir konvergen dilakukan. Dimulai dengan mengeksplorasi masing-masing ide. Kemudian mempertimbangkan dampak dan kemungkinannya. Barulah memutuskan ide mana yang akan diambil. Prosesnya dapat digambarkan seperti sebuah berlian (diamond). Dalam *Design Thinking*, kita mengulangi proses ini beberapa kali. *The British Design Council* menggambarkan proses divergensi dan konvergensi ini dalam model 'Double Diamond'.

Model ini tercipta pada tahun 2008 sebagai bagian dari sebuah studi global bagaimana 11 perusahaan terdepan menerapkan praktik desain di dalamnya.

III. Pengembangan Ide

Tiap aroma memiliki fungsinya masing-masing. Misalnya lavender yang dipercaya dapat memberikan efek ketenangan. Sedangkan aroma jeruk dipercaya bisa membuat nafsu makan berkurang, sehingga aroma ini cocok digunakan untuk yang sedang berdiet.

“Secara umum aroma digolongkan menjadi bau dan wewangian memiliki pengaruh ke tubuh. Ini akan mempengaruhi emosi dan perasaan,” menurut Psikolog Katarina Ira Puspita. Apa yang akan dihirup manusia akan masuk ke dalam saraf, dan dikirimkan ke otak.

Otaklah yang akan mengatur emosi dan perasaan sesuai bau atau wangi yang diterima. Namun, efeknya akan berbeda-beda. Situasi pun berperan dalam penyampaian efek ke otak. Suasana yang tenang dan hening membuat efek lilin aromaterapi lebih maksimal dibandingkan dengan suasana yang ramai dan bising.

Namun, jika menghirup aroma atau wangi yang sama terus menerus, efeknya tidak akan sama seperti pertama kali menghirup aromaterapi tersebut. Ini merupakan dampak penurunan respons, karena saraf mulai terbiasa menghirup bau tersebut. Efek ini dapat diminimalisir dengan penggunaan variasi harum lilin aromaterapi yang beragam.

Aroma atau wewangian dapat terendap dalam memori manusia. Sejumlah pakar mengungkapkan bahwa otak manusia bisa menyimpan kesan dari suatu aroma yang berhubungan dengan pengalaman hidupnya. Jangan heran jika ada aroma yang tak sengaja tercium hidung, dapat membangkitkan sejumlah kenangan masa lalu, entah ingin mengingatnya atau tidak.

Jordan Gaines Lewis, Ph.D. (2015), seorang psikolog yang menuliskan bahwa aroma dan wewangian memang bisa melekat pada bagian otak manusia.

Pertama mencium sebuah aroma, proses itu menjangkau *olfactory bulb*, yaitu struktur yang ditemukan di sisi bawah belahan otak, tepatnya terletak di dekat bagian depan otak manusia. Sederhananya, aroma yang kita cium berjalan melewati hidung dan mengalir di sepanjang bagian bawah otak.

Olfactory bulb memiliki koneksi langsung ke dua area otak yang menggerakkan perasaan dan menyimpan memori, yakni amigdala dan hippocampus. Menariknya, informasi mengenai gambar, pendengaran, dan sentuhan tidak melewati area otak ini.

Oleh karena itulah alasan mengapa aroma dan wewangian dapat memicu otak untuk menghidupkan sebuah ingatan dalam bentuk emosi dan kenangan.

Umumnya, kaum perempuan lebih peka terhadap wewangian di sekitar mereka, terutama yang berasal dari seseorang yang memiliki arti mendalam pada kehidupannya. Namun, tak berarti aroma tidak memiliki efek serupa pada laki-laki. Bedanya, laki-laki kurang ekspresif dalam mengungkapkan rasa dan kenangan yang berasal dari masa lalu.

Dr Rachel Herz (2004) dari Brown University merupakan peneliti yang mencetuskan teori hubungan antara aroma dan memori.

Herz melakukan studi terhadap lima kandidat perempuan. Seluruh otak partisipan memperlihatkan gerakan aktif dan cepat ketika mencium aroma yang mereka kenal, ketimbang aroma asing yang tidak mereka kenal. Hasil penelitian mengungkapkan, pergerakan otak tersebut membangkitkan ingatan terhadap kenangan yang baik dan positif.

Dalam hal makanan dan minuman, aroma menempati posisi amat penting. Contoh paling sederhana bisa didapat dari pepatah maritim lawas: ikan harus beraroma lautan, kalau ikan sudah berbau ikan (amis) maka semua sudah terlambat, karena selera makan pasti akan menurun drastis kalau ikan berbau amis atau anyir.

Seringkali orang menganggap makanan hanya mengandalkan lidah sebagai indera perasa. Padahal makanan enak biasanya didapat dari pemanfaatan nyaris seluruh indera. Mata untuk melihat tampilan, hidung untuk mencium aroma, dan kalau diperlukan: telinga untuk mendengar suara makanan digigit.

"Sebenarnya, selera itu adalah kombinasi dari rasa dan aroma," ujar Tom Finger, profesor di University of Colorado-Denver Medical School.

Pada 2008, Tom Finger menjadi ketua dalam International Symposium on Olfaction and Taste di San Francisco. Simposium ini secara khusus membahas tentang olfaction (indera penciuman) dan taste (indera perasa). Dalam wawancara

bersama Live Science, Tom memberikan contoh bagaimana indera penciuman bisa berpengaruh pada rasa.

" Jika mengunyah jeli rasa melon dengan menutup hidung, rasanya akan terbatas. Tapi di tengah kunyahan, coba buka hidungmu dan tiba-tiba saja kamu akan merasakan rasa melon.". Para ilmuwan menyebut aroma yang dihirup oleh hidung orthonasal olfaction. Sedang aroma dan persepsi yang muncul dari bagian belakang mulut disebut sebagai retronasal olfaction, dihantarkan melalui proses yang disebut olfactory referral.

Perkara aroma dan kaitan terhadap selera makan ini juga pernah diteliti oleh Harriët F. A. Zoon, Cees de Graaf, dan Sanne Boesveldt dari Divisi Nutrisi Manusia, Universitas Wageningen, Belanda. Dalam penelitian mereka, dijelaskan kalau aroma makanan bisa meningkatkan selera makanan. Menciptakan makanan dengan aroma khusus bisa meningkatkan selera makan dan keinginan makan untuk orang yang kekurangan nutrisi, atau untuk orang yang mengidap anoreksia nervosa. Namun wewangian ini juga bisa menimbulkan bahaya bagi mereka yang doyan makan.

"Aroma makanan bisa mendatangkan selera makan. Namun terpapar wangi makanan bisa membuat seseorang makan berlebihan dan bisa berujung pada obesitas," tulis mereka.

Pada interior ruang Spa, penggunaan filter udara menggunakan Aromatherapy Essential Oil Diffuser sebagai salah satu metode untuk membuat tubuh dan pikiran menjadi santai, membantu mengurangi stress, meredakan sakit kepala dan masih banyak lagi.

Pengaruh aroma pada ruang pameran juga banyak dimanfaatkan oleh seniman sebagai sarana kritik kepada publik, tingkah laku sosial manusia. Pada tahun 2013 pada acara pameran peringatan *The Art of the Scent* (1889-2012) di The Museum of Art and Design New York, pameran inovasi yang memfokuskan pada bau sangat sukses menarik perhatian publik dari berbagai penjuru dunia. Dari bau busuk, air, debu, hutan, hingga aroma wewangian, yang merupakan pergerakan bersejarah dalam mengangkat issue respect kepada lingkungan. Berhasil memamerkan kemurnia aroma sehingga dibanjiri dengan kenangan yang terlupakan

mempengaruhi perilaku penikmat pameran dengan sangat kompleks yang disampaikan oleh Jimmy Stamp.

Pada 2016 Anicka Yi pada pameran “Life is Cheap” di The Guggenheim, New York memamerkan karya instalasi gabungan lukisan abstrak dengan bakteri, madu, sampah, hasil dari percobaan bahan kimia sehingga menghasilkan lingkungan dengan bau yang bertolak belakang dan menghasilkan berbagai persepsi yang saling bermusuhan, intoleransi, prasangka dan lain lain untuk apa yang mereka anggap bau busuk, dikutip dari interview Anicka Yi kepada Artsy Net. Karya Anick Ini membuat heboh dunia seni rupa karena karyanya tersebut karena laku dengan harga USD \$100,000.

Pada tanggal yang tidak tercatat karena membuat kontroversi pada beberapa golongan masyarakat, Made Wianta, seorang Maestro Seni Rupa Indonesia, memamerkan karya bangkai sapi yang berfokus pada bau busuk yang dihasilkan, bertempat di Jogja Nasional Museum (JNM). Walaupun menuai kontroversi, namun pameran tersebut tetap menarik perhatian penggelut senirupa bahkan sampai manca-negara.

IV. KESIMPULAN

Dari metode Design Thinking dengan proses divergensi dan konvergensi ini dalam model ‘Double Diamond’. Evaluasi dari pemaparan masalah diatas sebagai parameter untuk menentukan seberapa berpengaruh aroma pada desain interior Langgeng Art Foundation menemukan fakta bahwa aroma pada suatu ruang sangat berpengaruh pada indra manusia, pergerakan otak membangkitkan ingatan terhadap kenangan yang baik dan positif. Efek yang ditimbulkan tergantung dari aroma apa yang dihitup dengan indra penciuman. Bahkan untuk beberapa aroma dapat mempengaruhi tindakan dan perilaku orang secara individu maupun kelompok.

Bahkan mungkin untuk beberapa kalangan tertentu hanya dengan untuk merasakan dan menikmati suatu aroma mau mengeluarkan biaya yang tidak sedikit.

DAFTAR PUSTAKA

- Arshamian A, Iannilli E, Gerber JC, Willander J, Persson J, Seo H-S, Hummel T, & Larsson M. The functional neuroanatomy of odor evoked autobiographical memories cued by odors and words. *Neuropsychologia* 51 (2013), 123-131.
- <https://www.gudeg.net/direktori/1844/langgeng-art-foundation.html> (2019, Maret 20)
- <https://serupa.id/seni-rupa-kontemporer/> (2019, September 23)
- https://www.kompasiana.com/asaef_20/55011431a333118d735127af/seni-kreativitas-dan-estetika (2019, November 2)
- <https://lifestyle.bisnis.com/read/20140630/54/239746/aromaterapi-pengaruh-emosi-ini-komentar-psikolog> (2019, November 10)
- <https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/peran-aroma-dalam-ruang-nostalgia> (2019, November 10)
- <https://tirto.id/aroma-yang-membuat-kita-lapar-cmgd> (2019, November 9)
- <https://www.psychologytoday.com/us/blog/brain-babble/201501/smells-ring-bells-how-smell-triggers-memories-and-emotions> (2019, Desember 3)
- <https://darmawanaji.com/design-thinking-proses-berpikir-divergen-dan-konvergen/> (2019, Desember 3)
- <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/the-first-major-museum-show-to-focus-on-smell-1787124/> (2019, Desember 6)
- <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-anicka-yis-new-guggenheim-art-smells-crawls> (2019, Desember 7)