

BOOMING SENI LUKIS INDONESIA, SIAPA YANG DIUNTUNGKAN?

Satriana Didiek Isnanta

Staf pengajar Seni Rupa Murni, Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Surakarta

In the development of fine art in Indonesia there was once an interesting phenomenon, namely, "painting boom." It first happened in 1987, then in 1991-1992, in 1999-2000, and the last in 2007. Painting was booming for the first time in coincidence with the economic crisis in 1997 and this phenomenon grew stronger. The economic crisis which was indicated by the collapse of private banks, the depreciation of rupiah against dollar, and the stoppage of wheel of real sectors which led to unemployment in cities, caused capital flight and transfer of investment to other sectors, especially to artistic objects. Painting was suddenly believed as an object of investment which could give a big advantage in short time. Then a business community of painting emerged and most of the businesspersons were Chinese. And the paradigm changed from painting as a work of art which had philosophical-aesthetic value to a commodity which was subject to commerce law. In other words, painting had become a commodity and entered the global capitalist industry. And then the question is why painting could change into a special object which people were willing to collect and invest in. This writing is trying to answer the above question using an economic-politic approach and discuss who took part in making painting enjoy a boom and who was the most powerful and took an advantage.

Key words: *painting boom, art institution, curator, economic-politic approach.*

Pengantar

P eristiwa "booming Seni Lukis" di Indonesia pertama kali terjadi pada tahun 1980-an dan bersamaan dengan krisis ekonomi pada tahun 1997, fenomena ini semakin menguat. Krisis ekonomi, pada saat itu ditandai dengan ambruknya sejumlah bank swasta, anjloknya apresiasi rupiah terhadap dolar, dan terhentinya roda industri di sektor riil yang menimbulkan gelombang pengangguran di perkotaan, akhirnya memicu gejala pengalihan kapital ke luar negeri (*capital flight*) dan pengalihan investasi di sektor lain, terutama pada benda seni.¹

Seni lukis tiba-tiba dipercaya sebagai lahan investasi, yang dapat mendatangkan keuntungan besar dalam waktu singkat. Dari sini kemudian secara

simultan muncul komunitas bisnis seni lukis, yang sebagian besar pelakunya berasal dari kalangan elit ekonomi etnik Cina. Hal ini terlihat dengan adanya perubahan paradigma dari seni lukis dipandang sebagai benda seni yang memiliki seperangkat nilai estetis-filosofis, bergeser menjadi sesuatu benda komoditas yang patuh pada hukum perdagangan.

Komodifikasi karya seni rupa tersebut akhirnya terus berkembang, dan puncaknya pada tahun 2007 lalu. Dunia seni rupa Indonesia telah mengalami *booming* seni lukis lagi, sedikitnya ada 110 acara pameran digelar oleh sekitar 35 galeri di berbagai kota. Di semua perhelatan tersebut sedikitnya terpajang 3500 lukisan. Dari jumlah itu 70% -nya, atau sekitar 2600 beraroma "kontemporer." Sementara diketahui tak kurang dari 2200 lukisan kontemporer itu tertransaksi. Sebuah angka yang cukup fantastis, selain jumlah transaksi yang terjadi, ternyata nilai atau harga lukisannya juga sama fantastisnya.

Sebagai contoh karya Nyoman Masriadi, "*Jangan Tanya Saya, Tanya Presiden*" yang terjual Sing \$ 360.000,- atau sekitar Rp 2,2 milyar, di Sotheby's Singapura, 16 September 2007. Atau lukisan Agus Suwage tentang lelaki bunuh diri, yang terjual Rp. 710 juta *hammerprice* di lelang Borobudur, Jakarta, 16 Desember 2007. Tak terkecuali karya Budi Kustarto, Sapto Sugiyono Utomo, Didik Nurhadi, dan lain-lain. Termasuk lukisan pseudo kontemporer Putu Sutawijaya, yang harganya gila di Christie's, Hongkong.³



Gbr 1. Lukisan Djoko Pekik yang berjudul "*Ledhek Gogik*," dalam katalog Balai Lelang Borobudur 2004 dipatok harga Rp 150-200 juta.



Gbr 2. karya Sutjipto Adi berjudul "*Lord...Mother...I in Black*," dalam katalog yang sama dipatok harga Rp 70-90 juta.

Biro lelang memang memiliki peran bertubi-tubi dalam mendongkrak harga seni lukis kontemporer. Dari Januari sampai dengan Desember, di Indonesia terjadi 33 kali acara lelang seni lukis, dengan rincian di Jakarta 32 kali dan di Ubud, Bali, 1 kali. Lelang itu diselenggarakan oleh Biro Larasati, Borobudur, Masterpiece,

Heritage, Treasures, Cempaka, dan Sidharta. Dalam kalkulasi kasar semua lelang itu menawarkan 4900 lot lukisan. Dari sini sedikitnya 4500 lukisan terjual, dengan di antaranya sekitar 1500 lukisan yang beraroma kontemporer. Sementara 2 kali lelang Christie's di Hongkong, 2 kali Sotheby's di Singapura serta 1 kali Larasati dan Borobudur di Singapura, dari sekitar 1200 lot yang dilelang, sekitar 600 lot masuk kategori kontemporer Indonesia. Jumlah itu bila ditambah dengan pembelian lukisan yang dilakukan dalam pameran programik galeri tadi, maka di tahun 2007 tak kurang 4100 lukisan kontemporer Indonesia berputar seru dalam jual beli. Dengan begitu bisa dikatakan, 2007 adalah tahun *boom* seni lukis ke-4 Indonesia. Setelah tahun 1987, tahun 1991–1992, dan tahun 1999–2000. Melihat data di atas, dapat diketahui bahwa seni lukis telah memasuki dunia industri kapitalis global.

Lantas yang menjadi pertanyaan, selain faktor eksternal seperti di awal tulisan ini, mengapa seni lukis dapat menjadi barang yang begitu istimewa dan orang mau mengoleksi dan berinvestasi? Siapa saja yang berperan atau yang menciptakan *booming* seni lukis dan menentukan harga lukisan? Dan terakhir siapa yang paling berkuasa dan paling diuntungkan? Sebelum menjawab pertanyaan ini alangkah baiknya kalau kita membahas terlebih dahulu apa itu "seni" dan beberapa persoalan yang ada dalam praktik seni rupa Barat di awal kemunculan serta praktiknya di Indonesia yang akhirnya mampu memarjinalkan seni rupa "asli" Indonesia.

Definisi Seni dan Politik Kekuasaan

Persoalan pertama dan utama yang dibawa oleh seni rupa modern Barat pada awalnya adalah konsep "seni" yang dimunculkan oleh Immanuel Kant.¹ Dalam kebudayaan Barat, apa yang dimunculkan oleh Immanuel Kant beserta penerusnya ini mampu membelah sebuah benda material menjadi dua, yaitu kerajinan (*craft*) dan seni (*art*). Secara sederhana, bagi kaum formalis, membedakannya cukup mudah, kalau kerajinan itu fungsional sedangkan karya seni non fungsional.

Suatu barang yang dapat dikatakan sebagai barang seni atau karya seni ketika karya tersebut telah diberi teks, dikonsepsikan atau diwacanakan, kalau tidak maka barang tersebut akan tetap berdiri sebagai barang, bukan karya seni. Oleh karena itu, karya seni merupakan sebuah barang yang retorikakan, sehingga tidak salah kemudian citra dapat melahirkan semangat penggolongan dan pengklasifikasian (di luar persoalan corak maupun aliran) (Susanto, 2003).

Retorika visual ini dalam konteks sosiologi seni muncul pada wilayah distribusi dan konsumsi, bukan pada wilayah produksi (saat karya seni dalam proses penciptaan). Mungkin proses penciptaan barangnya sama dengan yang lain, tetapi karya seni dalam distribusi dan konsumsinya diberi teks dan diwacanakan. Diwacanakan bahwa produk ini baik, berestetika tinggi, berkualitas secara teknik dan material serta merepresentasikan persoalan sosial yang sedang berkembang

di masyarakat. Hal inilah yang membuat sebuah barang menjadi karya seni dan bernilai lebih tinggi dari yang lain.

Selanjutnya karena non-fungsional, para aparatus seni ini membangun infrastruktur dan wacana yang mampu menjadi *regim of truth* atau agen kebenaran yang terus mengkultivasi masyarakat bahwa karya seni lebih tinggi dari kerajinan. Karya seni merupakan produk budaya tinggi, dia hasil pemikiran dari peradaban yang unggul. Sampai pada puncaknya, karya seni mampu menjelma menjadi satu penanda identitas kelas dan pengetahuan seseorang. Bila seseorang paham dan mengoleksi karya seni, berarti dia mempunyai cita rasa yang tinggi dan berkelas.



Gbr 3. Lukisan kaca "asli" Indonesia yang begitu indah ini, dalam praktik dunia seni rupa modern Barat dianggap bukan barang seni tetapi kerajinan, sehingga harganya murah.

Akhirnya karya seni mampu menjadi ikon peradaban tinggi masyarakat Barat. Oleh karena itu, mereka beranggapan, bahwa seni merupakan hasil pemikiran dan kerja kreatif yang orisinal. Dengan sendirinya, seni hanya ada di Eropa, di luar itu yang ada hanya kerajinan, termasuk di Indonesia. Itulah mengapa seni rupa "asli" Indonesia dianggap sebagai kerajinan (*craft*), bukan seni.

Selain persoalan politik kekuasaan yang menimbulkan praktik hegemoni¹ antara seni rupa modern Barat (*fine art*) dengan seni rupa "asli" Indonesia yang dianggap kerajinan, banyak disoroti adalah persoalan kesetaraan gender.

Seni dan Kesetaraan Gender

Dalam dunia seni rupa, ketidakadilan gender bagi kaum perempuan memang tidak berlaku secara langsung, tetapi kalau mau mengkaji lebih dalam terhadap

realitas yang ada, ketidakadilan itu dapat ditemukan. Dari praktik marginalisasi, subordinasi, dan labelisasi (wacana yang mengkonstruksi stereotipe) bagi perempuan. Marginalisasi kaum perempuan dalam praktik dunia seni rupa sudah ada sejak awal kemunculannya.

Seni rupa murni (*fine art*) yang lahir di Eropa Barat pada akhir abad XV, di mana tata nilai sosial budaya masyarakatnya secara umum lebih mengutamakan laki-laki daripada perempuan (ideologi patriarki), maka pelukis dan pematung yang lahir pada masa itu semua adalah laki-laki. Perempuan sebagai subordinat dimarginalkan. Mereka hanya diberi aktivitas yang dianggap remeh dan non-profit, misalnya membuat kerajinan sulam, menjahit, dan menata rumah, sedangkan laki-lakinya pergi ke studio, bekerja untuk membuat lukisan yang secara ekonomis lebih jelas (MacDonald, 2005).

Hegemoni laki-laki terhadap perempuan ini akhirnya berdampak pada subordinasi yang membangun hierarki, bahwa seni (*art*) itu penting dan mahal milik laki-laki, berbanding terbalik (oposisi biner) dengan kerajinan (*craft*) dianggap hal yang remeh dan murah adalah pekerjaan perempuan. Persoalan yang kemudian muncul, ketika sebuah media sosial hanya dikuasai satu golongan, maka dengan sendirinya menjadi rezim kebenaran yang mampu mengkultivasi kesadaran masyarakat luas. Akhirnya, kesadaran itu menjadi satu kebiasaan (*habitus*) dan membentuk stereotipisasi untuk keuntungan golongan yang dominan (Bourdieu, 1994).

Sebagai satu contoh kasus subordinasi yang ada di Indonesia adalah apa yang menimpa pelukis Emiria Soenassa (1940–1950-an). Karya-karyanya banyak menampilkan perempuan yang bersumber pada cerita-cerita pribumi, sosok-sosok puak dan model dari kalangan jelata, yang sangat patut dipandang sebagai karya feminis awal. Ironisnya, meski giat menggelar pameran dan bahkan mendapat berbagai hadiah, ia tidak pernah diberi penghormatan yang layak dalam sejarah seni rupa modern Indonesia. Hal ini dikarenakan dalam praktik seni rupa Indonesia (seperti halnya dalam dunia seni rupa modern Barat), sejarahnya hampir semua ditulis oleh laki-laki dan berkisah tentang para perupa laki-laki. Oleh karena itu tidak ada ruang bagi pelukis perempuan. Masyarakat umum, lebih mengenal Affandi, Hendra Gunawan, dan Basuki Abdullah, karena nama merekalah yang sering ada di media massa dan masuk mata pelajaran seni rupa dalam kurikulum Sekolah Dasar kita. Sedangkan nama Emiria Soenassa, Masmundari (1904–2005), Rita Widagdo (1938) tidak dikenalkan. Mungkin yang dikenal lebih luas adalah Kartika Affandi (1934), itu pun karena ada nama keluarga yang menyertai di belakangnya (Bianpoen, Farah Wardani, dan Wulan Dirgantoro, 2007).

Dampak dari hegemoni laki-laki dalam praktik seni rupa yang lain adalah adanya kebebasan mengkonstruksi kesadaran publik lewat karya. Tubuh perempuan dieksploitasi dan dikonstruksi sesuai dengan selera ideal mereka. Perempuan dalam media menjadi objek yang dieksploitasi, dibentuk dan diciptakan tubuhnya oleh imajinasi keinginan pria. Dalam media ini perempuan adalah objek yang

dikreasikan atau diciptakan oleh keinginan, hasrat, dan daya pikir laki-laki. Objek yang secara pasif, dibentuk sebagaimana yang diinginkan laki-laki.

Stereotipisasi seperti ini tentu saja sangat merugikan perempuan. Tidak hanya dalam seni, bahkan yang lebih parah sekarang telah masuk ke wilayah periklanan. Iklan-iklan yang membuat standar tubuh perempuan ideal membuktikan bagaimana laki-laki (lebih banyak di bagian produksi iklan) menciptakan perempuan untuk sesuai dengan fantasi mereka tentang "perempuan seksi atau cantik." Model-model perempuan adalah objek yang dikreasi untuk mencapai fantasi tersebut, sedangkan laki-laki adalah penciptanya.



Gbr 4. Dalam seni rupa modern Barat perempuan sebagai objek; keindahan tubuhnya dieksploitasi.



Gbr 5. Banyak yang belum menyadari, bahwa lukisan juga membangun stereotipisasi perempuan. Kesadaran perempuan dikonstruksi untuk kepentingan laki-laki, bahwa perempuan harus anggun dalam berperilaku.

Namun, dibandingkan dengan media iklan, media seni ternyata dapat juga menjadi alat untuk mendobrak stereotipe itu sendiri. Dalam seni rupa, kita bisa menemukan semangat kebebasan dibandingkan dengan media iklan. Seperti pendapat Imanuel Kant, bahwa "seni murni adalah seni para genius." Itu berarti bahwa seni tidak dapat diatur oleh adanya stereotipe ataupun konstruksi sosial yang menempatkan perempuan pada posisi yang dirugikan. Tidak ada aturan seni yang menempatkan perempuan harus sebagai objek (Amiruddin, 2004).

Semakin semaraknya dunia seni rupa kontemporer sekarang ini, bersama dengan semakin berimbangannya posisi dan jumlah antara perupa wanita dan perupa pria, serta beragamnya proses pengolahan tema dalam karya-karya seni, maka

eksplorasi *selfhood* dan permainan tanda-tanda visual menyangkut masalah identitas, seksualitas, dan gender menjadi lebih intens. Dari realitas ini kita dapat mengambil kesimpulan yang dapat menjadi satu asumsi dasar, bahwa posisi perempuan dalam dunia seni rupa ter subordinat dan menjadi objek. Dalam media seni, identitas "tubuh" perempuan dikonstruksi sesuai dengan selera laki-laki.

Tetapi seiring berjalannya waktu, ketika posisi dan jumlah antara perupa wanita dan perupa pria berimbang, maka dengan sendirinya sudah tidak ada lagi ketidakadilan gender dalam praktik dunia seni rupa. Benarkah begitu? Ternyata tidak! Apalagi dalam konteks distribusi ekonomi. Dari 4100 lukisan kontemporer Indonesia yang berputar seru dalam jual beli pada tahun 2007 seperti data tersebut, ternyata jumlah karya pelukis perempuan yang terlibat peristiwa itu tidak ada 5% dari total yang terjual, selebihnya karya pelukis laki-laki. Bahkan 20 peringkat pelukis termahal di Indonesia pun, tak satu pun pelukis perempuan Indonesia yang tercatat namanya.

Melihat realitas tersebut, lantas timbul pertanyaan siapa yang sebetulnya berhak melegitimasi atau menjadi agen kebenaran yang mampu menentukan bahwa ini karya seni atau ini bukan seni? Karya ini berkualitas dan layak dikoleksi atau tidak; dan terakhir adalah siapa yang menentukan harga bahwa karya pelukis A lebih mahal dari pelukis B?

Institusi Seni

Dalam dunia seni, yang berhak adalah para aparatus penyangga seni itu sendiri, yaitu kurator, kritikus, institusi pendidikan seni, galeri/art dealer, dan kolektor (selain itu ada aparatus penyangga lainnya di luar dunia seni, yaitu pemerintah, lembaga swasta yang peduli pada seni, media massa dan masyarakat sebagai apresian). Secara sehat aparatus penyangga seni rupa tersebut berdiri sejajar dengan job deskripsi yang saling melengkapi. Kalau ada satu atau dua yang bersengkongkol untuk merebut distribusi kekuasaan dan ekonomi dalam ranah ini, maka proses perkembangan seni rupa pasti akan timpang dan terjadi distorsi.

Dalam praktik seni rupa di Indonesia distribusi kekuasaan terjadi ketimpangan, yang paling kuasa dalam praktik dunia seni rupa adalah galeri dan kurator. Melihat realitas tersebut, maka sangat vital posisi galeri sebagai sebuah institusi yang mampu menjadi agen kebenaran (Walker & Sarah Chaplin, 1997). Bahkan kalau mau mengakui, seniman pun dibangun atau diciptakan oleh galeri ini (Zolberg, 1990).

Lantas ada apa di balik galeri, atau siapa saja yang berperan dan menggerakkan galeri? Secara umum tentu saja sebuah manajemen. Manajemen secara umum adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang ke arah dan tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud tertentu. Dalam hal dan pembahasan tentang manajemen seni atau galeri, manajemen diusahakan sebagai sarana untuk membantu penggagas

(pengelola) untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien, terutama dalam hal berpameran seni rupa (Susanto, 2004).

Efektif berarti menghasilkan dan memamerkan karya seni berkualitas sesuai dengan keinginan, baik perupa atau pasar yang mengikutinya. Efisien berarti menggunakan sumber daya manusia secara rasional dan hemat, tak ada pemborosan atau penyimpangan. Karena pada dasarnya manajemen adalah cara memanfaatkan input untuk menghasilkan karya seni melalui suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian, dengan memperhatikan situasi dan kondisi lingkungan yang ada.

Efektif di sini tentu saja dalam konteks ekonomi. Galeri seni yang ada di Indonesia adalah lembaga swasta yang *profit oriented*. Operasional organisasi ditopang oleh keuntungan yang didapat dari setiap transaksi yang terjadi di pergelaran pameran. Bahkan karena terlalu efektifnya, mereka menjelma menjadi "pengjaja". Dalam praktik "jaja" ini, para pelukis diikat kontrak oleh galeri. Biasanya semua kebutuhan melukis (bahkan sampai ke biaya hidup pelukis) ditanggung oleh galeri.

Pelukis (tentu saja yang diperkirakan laku) dihidupi oleh galeri, dengan kewajiban membuat karya yang jumlah dan ukurannya telah ditentukan oleh galeri (biasanya sekitar 40–50 lukisan atau setara dengan jumlah karya dalam sebuah pameran tunggal). Harganya pun telah ditentukan oleh galeri (ada juga dengan proses tawar-menawar tetapi biasanya berkisar 3–5 juta/karya bagi pelukis pemula dan 5–10 juta bagi pelukis yang karyanya baru laku beberapa). Tetapi setelah pameran digelar harganya sudah bisa melambung tinggi bisa dua atau tiga kali lipat dari kontrak awal.

Inilah yang biasa dikenal dengan istilah "menggoreng lukisan" dalam praktik seni rupa Indonesia. Selisih harga tersebut menjadi keuntungan galeri, sedangkan pelukisnya hanya menerima apa yang ada pada surat kontrak, ditambah dengan beberapa potongan (termasuk di dalamnya *fee* kurator, dan biaya pameran). Dengan demikian kalau ada karya yang terjual dalam pameran, pelukis hanya akan menerima hasil bersih sekitar 40–60% dari kontrak awal bukan dari harga lukisan pada saat dipamerkan.

Dominasi Kurator

Selain manajemen seperti di muka, yang menggerakkan galeri adalah kurator. Di Indonesia, praktik *curatorship* seni rupa mulai tegas dijalankan sejak awal 1990-an, dan lambat-laun telah menjadi masalah yang paling banyak "digunjingkan" berbagai kalangan masyarakat seni rupa. Sekarang, berbagai pertanyaan tentang praktik perkuratoran (*curatorship*) semakin menarik perhatian. Bahkan istilah "kurator" telah menggeser popularitas posisi "kritikus."

Setidaknya hingga kini, praktik *curatorship* dianggap lebih "aktif" dan "produktif" daripada praktik kritik. Maksudnya, seorang kritikus, bahkan sejak

kelahirannya pada 1930-an, sampai sekarang masih juga terlihat bergantung pada media massa (surat kabar atau jurnal), sedangkan seorang kurator tampak bekerja lebih aktif pada kerangka kerja dan kemajuan lembaga penyelenggara pameran. Apalagi karena desakan ekonomi dan kepentingan pasar, di Indonesia banyak kritikus berganti baju lebih memilih menjadi kurator. Oleh karena itu tidak mengherankan apabila dunia kritik seni di Indonesia menjadi lemah dan perkembangan wacana dalam dunia seni rupa menjadi mandul.

Asal istilah kurator (*curator*), dalam kamus Bahasa Inggris *Oxford University Press*, adalah sebetulnya kata kerja, yaitu "curate" yang berarti "menyeleksi, mengorganisasikan, dan memelihara berbagai barang (koleksi atau museum)." Sedangkan bentuk kata bendanya, yaitu "curator," berarti "pemelihara atau penanggung jawab sebuah museum atau bentuk pengoleksian lainnya." Mengutip Lawrence Alloway dari artikel, "The Great Curatorial Dim-Out" (1996), Rizki A Zaclani berpendapat sebagai berikut.

Seorang kurator yang bekerja dekat dengan, serta memiliki posisi di bawah, seorang direktur museum, bertugas untuk: (1) menimbang program pengoleksian karya-karya yang akan jadi milik museum, (2) melakukan supervisi bagi proses pemeliharaannya, serta (3) memajangkannya, menempatkan koleksi tersebut sebagai sebuah bentuk pameran (Zaclani, 2006).

Masih menurut Rizki A Zaclani (2006), dalam praktik seni rupa, khususnya bagi perkembangan yang disebut "seni rupa internasional," persoalan kurator ini mengalami perkembangan atau lebih tepatnya perubahan fungsi dan perannya. Perkembangan ini diakibatkan iklim perubahan dalam wacana dan teori seni rupa yang dipicu berbagai strategi praktik seni rupa (dalam suatu pameran), yang mulai berlangsung di paruh kedua tahun 1980-an, khususnya pasca pameran *Megiciens de la Terre di Paris Biennale*.

Sejak saat itu, peran serta fungsi kurator mulai berkembang menjadi "agen aktif" perubahan (tentu saja melalui kegiatan pameran). Dari sini kemudian berkembang pemilahan pengertian antara seorang "kurator museum" (*museum curator*) dan "kurator pameran" (*exhibition curator*). Dengan berkembangnya praktik yang dijalankan para "kurator pameran" ini maka masalah yang kemudian menyertai suatu penyelenggaraan pameran bukan lagi tentang "subjek yang dipamerkan" (karya seni yang dipamerkan), melainkan justru soal "pameran itu sendiri sebagai objek pembahasan" baik menyangkut objek yang berada di dalamnya maupun tentang kegiatannya sendiri. Akhirnya posisi seorang kurator pameran, yang biasanya adalah para *independent curator*, menjadi semakin signifikan, baik di tingkat mikro maupun makro.

Setiap pameran akan mengandung semacam konteks tertentu berkaitan dengan rencana atau ideal tertentu yang dimiliki atau berasal dari institusi yang menggagas keberlangsungannya. Seorang kurator lalu bekerja dalam kaitan

"pembentukan" konteks pameran tersebut. Dari sini, muncul dua kutub posisi, yaitu subjek pameran (seniman, gagasan, serta karyanya) dan pihak audiens. Di antara kedua kutub itu, terdapat garis kaitan yang menghubungkannya dengan pihak pengamat ahli (misalnya, para kritikus dan sejarawan seni rupa).

Konteks pameran yang dikerjakan oleh kurator dilakukan dengan cara mempelajari, mendiskusikan, lalu menafsir persoalan yang terkait dengan "subjek pameran" dan menghubungkannya dengan masalah milik publik pemirsanya. Selanjutnya, dengan adanya upaya memaparkan konteks pameran, publik pameran tentunya juga akan mendapat semacam jembatan komunikasi dengan subjek pameran yang sedang dihadapinya. Dengan demikian, proses kurasi pameran akan menjadi proses pengayaan dan perluasan sebuah representasi karya seni. Memang idealnya seperti itu, tetapi realitas dalam praktik dunia seni rupa Indonesia, terjadi banyak sekali distorsi informasi. Jembatan komunikasi yang dibangun oleh kurator antara subjek pameran dan objek pameran ini telah menjadi alat bagi kurator untuk mengkultivasi publik demi kepentingan pemegang kapital "pasar." Banyak orang mengatakan, bahwa kita sekarang hidup di era informasi, di mana informasi menjadi aset yang begitu berharga. Dalam masyarakat informasi, kekayaan dihitung dari seberapa besar seseorang itu mempunyai informasi. Semakin banyak orang menguasai informasi maka semakin besar juga kekuatannya (kekuasaan dan ekonomi).



Gbr 6. Lukisan karya Mas Dibiyo berjudul "Trio Guk Guk" (2005) yang mengkritik perilaku kurator seni rupa di Indonesia.

Dalam dunia seni rupa, aparatus yang paling banyak memegang informasi ini adalah kurator (karena berfungsi sebagai jembatan informasi), dengan sendirinya dia yang menjadi *rezim of truth* atau agen kebenaran. Kurator inilah yang menentukan bahwa barang ini seni atau bukan, lukisan ini berkualitas dan patut dihargai tinggi atau tidak. Atau dengan kata lain, harga sebuah lukisan tidak ditentukan dari kualitas karya yang ada dalam lukisan (kualitas bahan, teknik, dan nama pelukis) tersebut, tetapi oleh kualitas kuratornya. Semakin berkualitas kuratornya, maka semakin banyak transaksi dan tinggi harga lukisan dalam sebuah pameran.

Kolekdol dan Art Dealer Ikut Berperan

Dalam ranah seni rupa, seperti dalam ranah sosiologi lainnya, sebuah produk dapat dinilai (baca: harga) tinggi ditentukan oleh tiga aspek, yaitu produksi, distribusi, dan konsumsi. Pada ranah produksi, karya ditentukan oleh siapa pelukisnya (ini juga mencerminkan kualitas bahan dan teknik lukisan), pada ranah distribusi ditentukan oleh siapa kurator dan di mana karya itu dipamerkan (dalam dunia seni rupa, galeri juga mempunyai hierarki). Sebagai contoh, lukisan Bambang (pelukis tidak terkenal) dipamerkan di Taman Budaya Yogyakarta dengan kurator Mikke Susanto (kurator junior), pasti harganya lebih rendah daripada lukisan karya Satriana Didiek (pelukis tidak terkenal) yang dipamerkan di V-Art Gallery Yogyakarta dengan kurator Jim Supangkat (kurator paling berpengaruh di Indonesia). Hal ini disebabkan oleh kekuatan wacana yang terbangun dan relasi sosial kuratornya. Semakin elit kuratornya maka semakin elit pula kolektor yang jadi relasinya (aspek yang ketiga yaitu ranah konsumsi). Kalau konsumennya adalah kolektor yang betul-betul suka dengan lukisan dan mengoleksi untuk investasi (sosial/status di masyarakat dan ekonomi), maka harga lukisannya akan tinggi. Di Indonesia, sekarang ini banyak sekali pengusaha (pemegang kapital) yang seolah-olah menjadi kolektor. Kolektor yang "seolah-olah" ini biasanya berperilaku seperti pecinta lukisan sejati. Dalam sebuah pameran dia membeli banyak lukisan (kalau perlu membeli semua) tidak untuk dikoleksi tetapi dijual lagi dengan harga yang lebih tinggi (biasanya di balai lelang).

Banyaknya kolekdol beroperasi di Indonesia inilah, yang akhirnya mengganggu perkembangan alamiah "pasar" seni rupa. *Art dealer* yang secara alamiah menjadi tanggung jawab galeri akhirnya telah berpindah tangan. Kolekdol ini juga sering mempraktikkan sistem "ijon" seperti yang dilakukan oleh galeri. Oleh karena itu ketika terjadi transaksi lukisan besar-besaran, bukan pelukis yang diuntungkan tetapi para kolekdol ini. Kekuasaan para kolekdol ini semakin terasa ketika mereka mampu menciptakan *trend* gaya lukisan yang laku di pasaran, tetapi bagaimana itu terjadi? Tentu saja para kolekdol ini bekerja sama dengan para kurator independen untuk membangun wacana pasar yang membentuk *trend* gaya lukisan yang akan "digoreng." Perselingkuhan kurator dan kolekdol inilah yang

biasa disebut sebagai "menggoreng lukisan," dan memunculkan fenomena "booming seni lukis."¹

Penutup

Seni lukis modern Barat (*fine art*) masuk ke Indonesia dibawa oleh kolonial Belanda ternyata membawa kepentingan politik kekuasaan dengan memarjinalkan seni rupa tradisi nusantara yang telah berkembang di Indonesia dengan menjadikannya barang kerajinan (*craft*).

Dalam praktik seni lukis modern Barat di Indonesia, seperti halnya di Barat juga mengandung persoalan kesetaraan gender. Pelukis perempuan tidak pernah diberi penghormatan yang layak dalam sejarah seni rupa modern Indonesia. Distribusi kekuasaan dan ekonomi dalam praktik seni rupa Indonesia, sangat timpang antara laki-laki dan perempuan. Hal ini terlihat dari jumlah kurator perempuan yang diakui di Indonesia hanya satu orang yaitu Farah Wardani, sedangkan kurator laki-laki banyak. Secara ekonomi, pelukis perempuan yang merasakan keuntungan dari fenomena "booming seni lukis" Indonesia juga sedikit (kurang dari 5%).

Dalam perkembangan dunia seni rupa Indonesia, tekanan pasar membuat posisi kritikus seni sebagai penjaga kualitas dan arah perkembangan seni rupa berubah peran menjadi kurator. Fenomena ini akhirnya membuat kurator menjadi "agen kebenaran" tunggal. Lebih parah lagi dalam praktik seni rupa Indonesia belakangan ini telah terjadi perselingkuhan para aparaturnya (galeri, kurator, kolekdol). Hal ini mendorong terciptanya praktik "goreng-menggoreng" lukisan. Gaya lukisan pelukis dan selera estetika kolektor diarahkan pada *trend* gaya lukisan yang dibangun oleh perselingkuhan tersebut. Praktik "goreng-menggoreng" tersebut akhirnya membentuk "booming seni lukis" yang menguntungkan galeri, kurator, dan kolekdol. Pelukis sebagai produsen justru di bawah kuasa galeri, kurator, dan kolekdol, baik secara politis maupun ekonomi. Sumberdaya pelukis yang secara alamiah sebagai subjek akhirnya dalam praktik dunia seni rupa Indonesia justru menjadi objek eksploitasi.

Catatan Akhir

1. Menurut Djuli Djatiprambudi (2007), *booming* lukisan pertama di pertengahan 1980an diawali dengan sejumlah sesi lelang dunia di Christie's dan Sotheby's, dan isu sejumlah pengusaha raksasa Jepang sebagai pemecah rekor lelang karya-karya master dunia, menjadi titik penting dalam konteks pengalihan investasi sejumlah elite ekonomi ke sektor seni lukis.
2. Data dikutip dari tulisan Agus Darmawan T (2008) yang berjudul "Seni Rupa Indonesia 2008 Fatamorgana Lukisan Kontemporer," dalam http://jurnalnasiona.com/?med=Koran%20Harian&_sec=Gelanggang&rbrk=&id=29447

3. Pendapat Neil Mull Holand di tulisannya yang berjudul "Definition of Art and the Art World" (2005). Dia mengkritisi tulisan Immanuel Kant "Critique of the Power of Judgment" (1790).
4. Gramsci menggunakan konsep hegemoni untuk menerangkan berbagai macam cara kontrol sosial bagi kelompok sosial yang dominan. Dengan pengendalian konsensual yang muncul ketika individu-individu "secara sengaja" atau "secara sukarela" mengasimilasikan pandangan dunia atau hegemoni kelompok dominan tersebut; sebuah asimilasi yang memungkinkan kelompok itu untuk bersifat hegemonik (Strinati, 1995)
5. Istilah "pengijon" biasanya digunakan dalam praktik rentenir yang memberi modal atau membeli tanaman petani sebelum tanaman itu siap dipanen sehingga harganya murah.
6. Istilah "boom" dikemukakan oleh Sanento Yuliman. Adapun yang dimaksud dengan boom oleh Sanento Yuliman adalah: perkembangan mendadak dalam kegiatan dagang, dengan adanya perkembangan orang yang kaya mendadak, atau perkembangan cepat suatu perusahaan, atau perkembangan cepat suatu penjualan (Muzni Ramanto, 2005).

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, Mariana. "Membangun Resistensi, Membongkar Stereotipe," dalam http://www.duniaesai.com/gender/gender_7.html, 2004.
- Bourdieu, Pierre. "Structures, Habitus, Power: Basis for a Theory of Symbolic Power," dalam *Culture/Power/History: A Reader in Contemporary Social Theory*. Nicolas B. Dirk, Geof Eley & Sherry B. Ortner (ed). Princeton University Press, 1994.
- Carla Bianpoen, Farah Wardani, dan Wulan Dirgantoro. *Indonesian Women Artist: The Curtain Opens*. Jakarta: Yayasan Seni Rupa Indonesia, 2007.
- Darmawan, Agus T. "Seni Rupa Indonesia 2008: Fatamorgana Lukisan „Kontemporer“," dalam <http://jurnalnasional.com/?med =Koran%20Harian&sec=Gelanggang &rbrk=&id=29447>, 2008.
- Djatiprambudi, Djuli. "Representasi Identitas di Medan Pasar Seni Lukis Indonesia," dalam <http://proceedings.itb.ac.id>, 2007.
- Holand, Neil Mull. *Exploring Visual Culture: Definition of Art and the Art World*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005.
- MacDonald, Juliette. *Exploring Visual Culture: Concept of Craft*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005.
- Ramanto, Muzni. "Seniman Tak Perlu Mati," dalam <http://www.senirupa.net/mod.php?mod=publisher&op=viewarticle&cid=6&artid=54>, 2005.

- Susanto, Mikke. *Membongkar Seni Rupa*. Yogyakarta: Penerbit Buku Baik, 2003.
- _____. *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Galang Press, 2004.
- Strinati, Dominic. *Popular Culture, Pengantar Menuju Budaya Populer*. Yogyakarta: Bentang, 1995.
- Walker, John A. & Sarah Chaplin. *Visual Culture an Introduction*. Manchester: Manchester University Press, 1997.
- Zolberg, VeraL. *Constructing a Sociology of the Arts*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.