

## **Lenyapnya Otentisitas Seniman sebagai Konsekuensi Pemberlakuan Seni sebagai Komoditas dari Perjalanan Artisik Thomas Gainsborough**

**Aurellia Levina**

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,  
Universitas Pelita Harapan  
relli.lvn@gmail.com

**Ferdinand Indrajaya**

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain,  
Universitas Pelita Harapan  
ferdinand.indrajaya@uph.edu

**Diterima:** November, 2023 | **Disetujui:** Desember, 2023 | **Dipublikasi:** Desember, 2023

### **ABSTRAK**

Pandangan tentang seni sebagai sebuah komoditas adalah pandangan yang umum berlaku pada masa kini. Secara historis, pandangan ini sudah berlaku semenjak kisaran tahun 500 SM. Sesudahnya, kebernilaian sebuah karya seni umumnya dipahami dalam kerangka pasar. Pemahaman bahwa dinamika dalam dunia seni tidak dapat dimengerti terpisah dari kepentingan pasar, masih populer hingga kini. Kendati pandangan ini diterima sebagai sebuah kewajaran sampai masa kini, tidak berarti pemberlakuannya bebas dari konsekuensi. Konsekuensi dari pandangan tersebut berujung pada sebuah pemahaman reduktif baik tentang karya seni maupun perupa/seniman. Karya seni tidak dipahami lebih dari sekadar objek komoditas dan perupa dipandang sejajar dengan produsen atau pelaku pasar. Secara historis, hal ini dapat dieksplifikasi dengan kasus salah satu pelukis, yakni Thomas Gainsborough. Thomas Gainsborough adalah salah seorang pelukis ternama asal Inggris di abad ke-18 yang turut merasakan dampak dari agresifnya komodifikasi karya seni pada masa tersebut. Berpijak pada studi kasus historis Gainsborough dan juga beberapa karya seni kontemporer, penulis mengajukan sebuah konklusi-reflektif bahwa komodifikasi karya seni dapat berujung pada inotentisitas perupa. Artinya, perupa dapat kehilangan otentisitasnya ketika ia tunduk pada nilai-nilai pasar. Metode penelitian yang diterapkan akan metode penelitian kualitatif. Secara lebih spesifik, metode penelitian kualitatif studi pustaka. Secara bertahap, pembahasan akan didahului dengan memaparkan kisah tentang Gainsborough serta keresahannya sebagai pelukis potret. Pembahasan dilanjutkan dengan menjabarkan beberapa dampak dari komodifikasi karya seni yang berujung pada hilangnya otentisitas subjek estetis. Istilah-istilah seperti ekspresi, imajinasi, dan kreativitas yang umumnya melekat dengan pembicaraan tentang perupa akan turut disinggung dalam hubungannya dengan otentisitas.

**Kata Kunci:** Komodifikasi, imajinasi, ekspresi, otentisitas.

### **PENDAHULUAN**

Komersialisasi seni mengacu pada penempatan karya seni yang di posisikan sebagai objek ekonomis yang dapat diperjual-belikan. Pemberlakuan tindakan ini, umum kita temui dalam industri periklanan dimana Desain Komunikasi Visual sebagai bagian dari seni rupa terapan. Seni rupa terapan, berkontribusi secara signifikan. Hal ini dipahami sebagai objek

dalam bentuk jasa yang diperjual-belikan untuk mengiklankan produk tertentu. Memahami bagaimana seni bertransformasi menjadi komoditas memberikan pemahaman dalam melestarikan nilai estetika dalam desain komunikasi visual. Secara historis, jejak tindakan komersialisasi seni dapat ditelusuri kembali ke gerakan Renaisans, masa ketika Gereja Katolik memiliki kekuasaan dan kekayaan yang besar. Karya seni seperti Kapel Sistina dan Perjamuan Terakhir kini dikagumi semata-mata karena keindahannya, namun pada saat itu karya seni tersebut ditugaskan oleh Gereja untuk menimbulkan rasa kagum dan takjub bagi umat Kristen maupun pemeluk kepercayaan lainnya dengan kepentingan “menjual” agama Katolik.” (Ash-Grimm, 2021). Sebuah karya seni pada saat itu juga diperjualbelikan untuk mengabadikan kekayaan dan status sosial pemiliknya. Lukisan potret, misalnya, digunakan sebagai sarana untuk menunjukkan prestise dan posisi sosial seseorang dalam masyarakat.

Secara historis, pemberlakuan pandangan karya seni sebagai komoditas serta konsekuensinya dapat dilihat dari studi kasus Thomas Gainsborough. Gainsborough merupakan seorang pelukis potret terkemuka di Inggris pada akhir abad ke-18. Meskipun Gainsborough lebih menyukai lukisan lanskap, dia harus melukis potret karena alasan ekonomi, (Woodall, 1961). Perjalanan artistik awal Gainsborough di dunia seni dimulai dari lukisan potret hingga ia naik daun menjadi seniman potret ternama di Inggris. Ia menciptakan potret khas dan penuh karakter yang menarik perhatian hingga mendapatkan komisi dari bangsawan Inggris dan menjadi anggota kelas atasnya. Namun, seiring kemajuan karirnya, ia malah semakin tertarik pada lukisan lanskap, yang memberinya ruang ekspresi artistik yang lebih besar dan hubungan yang lebih dalam dengan alam. Karena keperluan ekonomi, Gainsborough meladeni komisi-komisi lukisan potret yang ia dapati yang mengakibatkan kebebasan, kreativitas, dan imajinasi Gainsborough untuk berkarya menjadi terbatas. Preferensinya terhadap lukisan lanskap dapat dilihat dari cerminan artistik pribadinya yang dilatari oleh gerakan Romantisme yang muncul dan berkembang pada abad ke-18.

Abad ke-18 menandai masa transisi dan transformasi dalam dunia seni, yang ditandai dengan munculnya Romantisme. “Gerakan Romantisme, yang menekankan emosi dan imajinasi, muncul sebagai respons terhadap kekecewaan artistik terhadap gagasan pencerahan tentang keteraturan dan nalar,” (Meyer, 2021). “Istilah Romantisme sendiri berasal dari novel Gotik karya penulis seperti Horace Walpole di Inggris yang didasarkan pada literatur heroik abad pertengahan yang disebut romanz dalam bahasa Prancis Kuno, dan memproyeksikan aura kesuraman yang menjadi populer di paruh kedua abad tersebut.” (Davies, 2011, p. 821). Seniman pada era ini bertujuan untuk menangkap aspek pengalaman manusia yang sebagaimana adanya dengan fokus pada tema-tema seperti cinta, kebebasan, dan keagungan. Romantisme, dalam memaparkan keaslian artistik dan kedalaman emosional, bertentangan dengan konsep komodifikasi seni. Hal ini dikarenakan jika seni hanya menjadi sekedar komoditas, ekspresi asli dan resonansi jiwa yang seharusnya dilestarikan akan terbungkam.

Lukisan potret berhubungan dengan beberapa nilai Romantisme yaitu individualitas, kedalaman emosional, dan esensi otentik dari subjeknya. Walau begitu, lukisan potret telah memiliki sejarah yang kaya sebelum Romantisme. “Potret adalah bentuk seni yang sangat tua setidaknya sejak Mesir kuno, tempat ia berkembang sekitar 5.000 tahun yang lalu. Sebelum ditemukannya fotografi, potret yang dilukis, dipahat, atau digambar adalah satu-satunya cara untuk merekam penampilan seseorang.” (Tate n.d). Gainsborough, yang ahli dalam lukisan potret, selalu dicari oleh bangsawan Inggris karena kemampuannya yang dapat menangkap kemiripan fisik dan karakter dari subjeknya. Namun, bahkan seniman seperti Gainsborough merasa resah karena terombang ambing di antara otentisitas ekspresi artistik dan tuntutan komersial dari pelanggan atau pasar seni. Berikut adalah beberapa lukisan potret yang dilukis oleh Gainsborough (**Gambar 1-2**).



**Gambar 1** *An Unknown Couple*, Dulwich Picture Gallery, London, UK  
(Sumber: Gainsborough, 1755)



**Gambar 2** *The Blue Boy*, Henry E. Huntington Art Gallery  
(Sumber: Gainsborough, 1770)

Secara historis, pandangan karya seni sebagai komoditas serta konsekuensinya dapat dilihat melalui lukisan-lukisan Thomas Gainsborough. Ketertarikan Gainsborough terhadap lukisan pemandangan, kecintaannya pada alam, yang menangkap esensi emosional

subjeknya dilatari oleh gerakan Romantisme. Kemampuannya dalam menulis lanskap yang bisa menyampaikan keindahan alam yang agung terlihat pada karyanya “Mr. and Mrs. Andrews,” dan “The Harvest Wagon,” (**Gambar 3-4**).



**Gambar 3** *Mr. and Mrs. Andrews* 1886, National Gallery, London.  
(Sumber: Gainsborough, 1750)



**Gambar 4** *The Harvest Wagon*, Barber Institute of Fine Arts, Birmingham  
(Sumber: Gainsborough, 1767)

Kedua lukisan ini menunjukkan hubungan mendalam dengan pedesaan Inggris dan gagasan tentang keindahan, yang kemudian menjadi ciri khas lukisan pemandangan Romantismenya. Perjalanan karir Gainsborough di dunia seni lalu dilanjutkan dengan lukisan potret hingga ia naik daun menjadi seniman potret ternama di Inggris. Ia memperoleh pengakuan dan kesuksesan terutama sebagai seorang pelukis potret. Namun seiring kemajuan karirnya, Gainsborough menyadari bahwa ternyata jati diri artistiknya terletak pada lukisan lanskap yang memberinya ekspresi dan hubungan artistik yang lebih mendalam. Akan tetapi karena kebutuhan ekonomi, ia menghabiskan banyak waktunya untuk komisi lukisan potret.

Penilikan singkat terhadap sejarah seni mengungkapkan bahwa uang dan seni adalah dua hal yang tak terpisahkan selama berabad-abad (Chatham, 2020). Komodifikasi seni mewakili hubungan korosif antara kreativitas dan perdagangan. Di dunia di mana seni bertemu dengan kapitalisme, kreativitas yang dimiliki oleh seorang seniman akan terkekang. Esensi penciptaan seni yang tadinya didorong oleh imajinasi, dan ekspresi akan sirna ketika seni dikomodifikasi dalam pasar. Di satu sisi, komersialisasi seni membuka pintu bagi seniman untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, mendapatkan dukungan finansial, dan membuat karya mereka diakui dan dihargai. Namun, di sisi lainnya, integrasi seni ke dalam dunia komoditas dapat mengubah proses kreatif para seniman tersebut. Keharusan untuk memenuhi tren pasar, preferensi klien, dan kelayakan finansial dapat membatasi seorang seniman dalam mencurahkan visi kreatif mereka. Hal ini akan memunculkan pertanyaan tentang kebenaran akan otentisitas artistik mereka dalam berkarya karena ekspresi dan imajinasi yang tentunya menjadi terbatas.

Sejak dulu, Gainsborough mendeklarasikan bahwa cinta pertamanya adalah melukis lanskap, tetapi dia terpaksa untuk mempelajari lukisan potret demi kepentingan ekonomi (Woodall, 2022). Meskipun ia utamanya dikenal karena lukisan potretnya, kecintaannya yang mendalam terhadap alam dan kemampuannya menangkap kualitas emosi subjeknya selaras dengan Romantisme. Ketika Gainsborough menetap di Bath, dia frustrasi terhadap tuntutan pekerjaannya yang menghalangi minat artistik yang sebetulnya dia sukai. Perasaan tersebut diungkapkan dalam suratnya kepada seorang teman pada tahun 1760, di mana dia menulis: "I'm sick of Portraits and wish very much to take my Viol da Gamba and walk off to some sweet Village where I can paint Landskips [landscapes] and enjoy the fag End of Life in quietness and ease" (Woodall, 1961, p.115). Dalam surat lain kepada teman yang sama, Gainsborough juga meluapkan perasaan tentang para sponsor dan klien, dia menulis:

"Damn Gentlemen, there is not such a set of Enemies to a real artist in the world as they are, if not kept at a proper distance. They think ... that they reward your merit by their Company & notice; but I ... know that they have but one part worth looking at, and that is their Purse; their Hearts are seldom near enough the right place to get a sight of it." (Woodall, 1961, p. 101).

Perjalanan artistik Thomas Gainsborough ini merupakan kasus yang menarik tentang dampak buruk dari komersialisasi dalam pasar seni lukis. Terlepas dari pencapaiannya dan keberhasilannya, Gainsborough seringkali mengemukakan amarahnya berkenaan dengan permohonan klien dan tuntutan pasar (The National Gallery, n.d.). Di balik selubung kesuksesan dan pengakuan yang didapatinya, ia dibatasi oleh tuntutan kliennya yang memberikan stabilitas keuangan, namun menjadi tidak bebas untuk menuruti kecintaan artistik sejatinya yaitu lukisan lanskap.

Ruang otentisitas bagi sang perupa (dan juga karya seninya) akan terbuka apabila kreativitasnya, imajinasi dan ekspresinya, tidak dimanipulasi demi keberlangsungan hidup secara ekonomis semata. Saat seorang seniman hanya mempedulikan “Apa karya yang akan laku dalam pasar?,” ia (dan karyanya) sesungguhnya telah jatuh “menjadi komoditas” (Ash-Grimm, 2021). Permasalahan ini akan dibahas lebih lanjut dalam bagian berikutnya. Pembahasan akan diawali dengan perjalanan artistik Gainsborough yang dipengaruhi Romantisme serta hubungannya dengan pandangan seni sebagai komoditas. Penjabaran historis tersebut akan dilanjutkan dengan menunjukkan tindak komodifikasi seni di abad ke-21 beserta dampaknya bagi otentisitas perupa.

## **KAJIAN TEORI**

Tulisan pada bagian ini akan berupaya menyoroti beberapa istilah konseptual-teoretis yang dipersoalkan oleh penulis di dalam tulisan ini. Istilah-istilah konseptual teoretis tersebut adalah “komodifikasi,” “ekspresi dan imajinasi,” serta “otentisitas.” Ketiga istilah tersebut sesungguhnya saling berhubungan. Komodifikasi sebuah karya seni berpotensi menciutkan atau mempersepsi ekspresi serta imajinasi dari seorang seniman. Penciutan dan persepsi tersebut pada akhirnya berujung dengan hilangnya otentisitas. Kendati demikian, ketiga istilah tersebut akan dibahas secara terpisah dan masing-masing pembahasannya akan berpijak pada sumber pustaka atau literatur yang berbeda.

Pemaparan tentang komodifikasi akan berpijak pada tulisan Luis Suarez-Villa dalam bukunya yang berjudul *Technocapitalism: A Critical Perspective on Technological Innovation and Corporatism* (2009). Ekspresi serta kesatuannya dengan imajinasi akan dipaparkan dengan meminjam pandangan estetika Benedetto Croce (1866-1952) dan Robin George Collingwood (1889-1943) tentang seni. Pandangan kedua tokoh estetika tersebut akan berpijak pada dua sumber pustaka yang berbeda, yakni *Thinking Art: An Introduction to Philosophy of Art* (2009) dari Antoon Van den Braembussche dan *Philosophy of the Arts: An Introduction to Aesthetics* (2005) yang ditulis oleh Gordon Graham. Terakhir, pemaparan tentang otentisitas, akan meminjam pandangan dari dua tokoh di bidang filsafat, yakni Martin Heidegger (1889-1976) asal Jerman dan Jean Paul-Sartre (1905-1980) asal Prancis. Pandangan dari keduanya akan disajikan secara singkat dengan berlandaskan pada dua sumber pustaka, yakni *Heidegger: A Guide for the Perplexed* (2008) yang ditulis oleh David R. Cerbone dan *A Short History of Modern Philosophy: From Descartes to Wittgenstein* (1995) oleh Roger Scruton.

### **Komodifikasi**

Komodifikasi adalah sebuah upaya untuk menghasilkan nilai pasar (atau nilai tukar) sedemikian rupa dan darinya surplus (atau keuntungan) dapat diperoleh (Suarez-Villa, 2009, p. 39). Objek yang dikomodifikasi disebut dengan komoditas. Berpijak pada definisi ini, komodifikasi sebuah karya seni berarti sebuah upaya untuk menghasilkan nilai pasar dari sebuah karya seni sehingga darinya keuntungan ekonomis dapat diperoleh. Komodifikasi karya seni tidak dapat dilepaskan dari komodifikasi kreativitas dari subjek estetis yang melahirkan karya seni tersebut. Sebuah karya seni adalah ungkapan artistik-kreatif dari subjek estetis. Komodifikasi terhadap sebuah karya seni tidak lain adalah komodifikasi kreativitas dari seorang perupa. Realisasi dari upaya ini merupakan salah satu sumber keterasingan bagi seseorang (Suarez-Villa, 2009, p. 33), atau dalam konteks tulisan ini, keterasingan bagi sang perupa. Sang perupa menjadi terasing dari konteks kehidupan sosialnya sekaligus dari dirinya sendiri saat karya seni yang merupakan ekspresi kreatifnya, dipahami sebatas komoditas.

### **Ekspresi dan Imajinasi**

Salah satu teori estetika yang menekankan bahwa karya seni adalah perwujudan material dari realitas batin seorang perupa adalah teori Ekspresi. Teori ini menekankan signifikansi

dimensi ekspresif dari sebuah karya seni (Braembussche 2009, 28). Dua teoretikus filsafat seni yang mengajukan perspektif teoretis ini adalah Benedetto Croce asal Italia dan Robin George Collingwood asal Inggris. Keduanya, Croce-Collingwood, mengajukan pandangan bahwa sebuah karya seni pada hakikatnya adalah manifestasi dimensi ekspresif dari sang perupa (Braembussche 2009, p. 41). Collingwood, khususnya, menyatakan bahwa isi dari dimensi ekspresif seorang perupa yang diwujudkan dalam bentuk karya seni adalah imajinasi (Braembussche, 2009, p. 41). Dari perspektif Collingwood, imajinasi memainkan peran sentral dalam teori estetikanya. Penekanan pada peran sentral imajinasi dalam karya seni tidak membuat Collingwood meniadakan ruang bagi emosi, yang kerap bertalian erat dengan istilah “ekspresi.” Beliau berpendapat, sebagaimana dikatakan oleh Gordon Graham, bahwa melalui konstruksi imajinatif, emosi-emosi yang buram dan kabur dapat digubah dan diartikulasikan secara artistik oleh sang perupa (Graham, 2005, p. 47).

### Otentisitas

Pemahaman tentang istilah otentisitas akan bertolak dari dua filosof yakni Martin Heidegger asal Jerman dan Jean-Paul Sartre asal Prancis. Penjelasan sangat pendek tentang istilah ini akan diawali dengan pertama-tama mengangkat istilah lawannya, yakni “inotentisitas” atau kerap disejajarkan dengan istilah “kepalsuan” atau “palsu”. Dari perspektif Heidegger, sebagaimana dikatakan oleh Cerbone, inotentisitas menunjuk pada sebuah jenis kegagalan. Kegagalan yang dimaksudkan adalah kegagalan untuk sepenuhnya menjadi diri sendiri; aku gagal untuk mengakui keberadaanku seperti apa adanya dan hidup sesuai dengan hal tersebut (Cerbone, 2008, p. 79).

Kegagalan ini biasanya terjadi ketika seseorang lari dari hal-hal yang meresahkannya dan pada akhirnya ia tunduk serta berlingung di balik pendapat banyak orang; ia hidup di bawah kediktatoran “kata orang.” Sartre, layaknya Heidegger, juga turut menjadikan relasi otentisitas-inotentisitas sebagai salah satu persoalan filosofis dalam semesta refleksi filosofisnya. Menurut Sartre, sebagaimana dinyatakan oleh Scruton, seseorang berada di dalam situasi yang inotentik ketika seseorang mengadopsi suatu norma tertentu, agama tertentu, peran sosial sosial tertentu yang telah dirancang oleh orang lain dan bernilai hanya sejauh seseorang tersebut diobjektifikasi di dalamnya (Scruton, 1995, p. 264). Berpijak pada kedua pemahaman tentang inotentisitas tersebut, otentisitas, dapat dipahami secara sangat sederhana sebagai realisasi penuh dari keberadaan diri seseorang. Realisasi penuh dari hasrat-hasrat terdalam seseorang, sifat karakternya, singkatnya realisasi dari seluruh cara berada (*way of being*) yang khas dari seseorang.

### METODOLOGI

Tulisan dalam bagian ini hendak memaparkan metode yang diterapkan bagi penulisan artikel ini. Metode penelitian yang digunakan untuk menyusun artikel ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode ini biasanya dipahami dalam perbedaannya dengan lawannya, yakni metode penelitian kuantitatif. Letak perbedaan ada pada jenis data yang dihimpun serta cara menganalisisnya. Penelitian kuantitatif mengumpulkan data empiris yang dapat diamati dan dieksaminasi secara statistik, sedangkan penelitian kualitatif menempatkan kata-kata, gambar visual, dan juga suara untuk diobservasi dan ditafsirkan (McLeod, 2023). Kecerdasan penulis dalam mengamati sekaligus menafsirkan teks, gambar, dan suara menjadi sangat penting (Denzin & Lincoln, 1994, p.2). Peneliti, dalam hal ini, harus memahami sebuah fenomena secara hermeneutis-kontekstual pandangan orang lain (penulis lain) tentang fenomena tertentu. Aktivitas menafsirkan (hermeneutis) tersebut dapat diungkapkan oleh beberapa tahap tindakan. Pertama, penulis menelusuri sumber-sumber pustaka primer dan sekunder yang dianggap relevan, mengklasifikasi informasi-informasi yang didapatkan, mengelola informasi-informasi tersebut menjadi sumber kutipan, dan menjabarkannya secara elaboratif (Adlini et al., 2020, p. 978)..

## **PEMBAHASAN**

### **Romantisme sebagai Latar bagi Perjalanan Artistik Gainsborough serta Hubungannya dengan Pandangan Seni sebagai Komoditas.**

Thomas Gainsborough hidup di era ketika dunia seni mengalami transformasi besar yang didorong oleh komersialisasi seni. Peningkatan permintaan akan lukisan potret, terutama dari kaum borjuis dan aristokrasi, turut mempromosikan pandangan seni sebagai komoditas karena karya seni memiliki nilai komersil. Namun, komersialisasi ini bertentangan dengan prinsip Romantisme yang menempatkan seni sebagai media bagi para seniman untuk mengekspresikan imajinasi dan jiwa artistik mereka secara otentik. Romantisme memiliki konsep yang sangat bertolak belakang dengan pandangan seni sebagai komoditas. Thomas Gainsborough, yang terkenal atas lukisan potret dan lanskapnya, mendapati dirinya berada di tengah-tengah perduaan yang saling berlawanan; yaitu antara lukisan potret dan lukisan lanskap. Lukisan potret, sebuah genre yang menjadi inti praktiknya, sangat rentan terhadap tekanan komodifikasi. Hal ini dikarenakan lukisan potret sering kali berfungsi sebagai simbol status sosial dan kekayaan. "Ketertarikan pada individu dan subjektif yang bertentangan dengan rasionalisme abad kedelapan belas tercermin dalam pendekatan Romantisme terhadap lukisan potret," (Galitz, 2004). Disini Gainsborough ditantang untuk menjaga integritas artistiknya di tengah ekspektasi pengunjung dan tuntutan pasar seni yang berkembang pada saat itu.

Perjalanan Gainsborough memberikan narasi sejarah menarik yang menggarisbawahi antara keotentisitas dan tekanan seni sebagai komoditas. Dalam dunia kontemporer di mana seni terus bergulat dengan tantangan komodifikasi. Romantisme memberikan penekanan yang tegas pada individualisme, kedalaman emosi, dan hubungan mendalam dengan alam. "Memusatkan perhatian pada emosi dan kebebasan berekspresi sang seniman, Romantisme secara mendasar mengubah sikap umum terhadap alam, emosi, akal, dan bahkan individu," (Abdou, 2023). Seni merupakan cerminan jiwa manusia, bukti kemampuan imajinasi dan ekspresi individu. Dalam konteks ini, gagasan seni sebagai komoditas dipandang tidak otentik terhadap hakikat penciptaan seni yang murni. Ketika seni dijadikan sebuah entitas transaksional, yang didorong oleh kekuatan pasar dan kebutuhan finansial, hal ini dipandang sebagai penghinaan oleh prinsip-prinsip yang dijunjung tinggi oleh Romantisme. Bagi kaum Romantisme, seni dimaksudkan untuk menangkap kedalaman pengalaman manusia, membangkitkan emosi yang kuat, dan berfungsi sebagai media yang melaluinya sang seniman mengkomunikasikan pikiran dan perasaan terdalamnya. Mengkomodifikasi seni berarti menghilangkan keaslian dan resonansi emosionalnya, sebuah pelanggaran yang bertentangan dengan nilai-nilai inti gerakan Romantisme.

Samuel Taylor Coleridge, salah satu penulis tentang Romantisme terkemuka mengemukakan sebuah pernyataan bahwa karya seni harus tunduk pada aturan. Ia, sebaliknya, mengatakan bahwa seni harus seperti tanaman yang tumbuh, berkembang menurut prinsip internalnya menjadi bentuk yang pada akhirnya organik," (Abrams dan Harpham, 2013, p. 239). Invaluable (2017) mengemukakan bahwa Romantisme mendukung kebebasan "ekspresi kreatif yang tak terkekang, kedalaman perasaan, dan hubungan spiritual. Didorong oleh penolakan terhadap rasionalisme yang tidak terikat." Dari sini kita dapat menarik kesimpulan bahwa kaum Romantik memandang konsep seni sebagai komoditas sebagai hal yang bertentangan dengan keberadaan karya seni itu sendiri. Ketika karya seni dipahami tunduk pada nilai-nilai pasar, kekayaan dan kompleksitas sebuah seni akan tereduksi menjadi sekadar objek ekonomis. Dalam pandangan mereka, seni adalah bidang yang murni dan mendalam, melampaui urusan duniawi dalam perdagangan. Ini adalah tempat perlindungan di mana semangat kreatif individu dapat berkembang, tidak terbebani oleh komersialisme kasar yang mendominasi aspek lain dalam masyarakat. Martin (2007) berpendapat bahwa, "Berkembangnya komodifikasi sebagai prinsip umum masyarakat



mereduksi seluruh nilai menjadi nilai tukar, termasuk nilai seni, sehingga menghancurkan otonomi seni.”

### **Komodifikasi Seni di Abad ke-21 serta Dampaknya bagi Otentisitas**

Pandangan seni sebagai komoditas tidak berlaku eksklusif untuk abad ke-18 semata, melainkan terus bertahan pada masa-masa mendatang setelahnya. Pada abad ke-21 atau masa kini, kebanyakan orang masih tetap memandang seni sebagai sebuah barang yang hanya bernilai apabila dapat dipasarkan, dijual, dan dikoleksikan (Zimmerman, 2015). Kebanyakan orang tidak memandang pemahaman reduktif ini sebagai sesuatu yang bermasalah. *It is taken for granted*. Lebih jauh lagi, karya seni tidak lagi dipesan untuk diapresiasi secara personal (seperti kasus Gainsborough), akan tetapi diperjualbelikan sebagai objek investasi. Pernyataan ini didukung dengan pertumbuhan pasar seni global *online* yang begitu besar pada abad ke-21. Menurut Stewart (n.d.), pasar seni global *online* diperkirakan meningkat sebesar 494% pada tahun 2024 (Gambar 5). Berhubungan dengan hal ini, karya seni kontemporer sekarang dianggap oleh banyak orang sebagai salah satu cara terbaik untuk melestarikan kekayaan. Sayangnya, hal ini akan mendorong semakin banyak orang untuk memandang seni semata-mata sebagai alat komoditas ekonomis yang dapat diperalat sebagai objek investasi. Pandangan ini pada akhirnya akan turut memanipulasi otentisitas para seniman dalam berkarya.



**Gambar 5** Pertumbuhan pasar seni *online* global dari tahun 2013 hingga 2019 dengan prediksi untuk tahun 2024 (Stewart, n.d.).

Mengikuti tren tersebut, begitu banyak seniman modern menyerahkan kemampuan dan semangat mereka untuk menghasilkan suatu karya yang layak menjadi produk bagi konsumen dan mengorbankan jati diri (otentisitas) mereka dalam proses tersebut. Heins (2022) setuju bahwa komodifikasi seni menekan seniman-seniman untuk menyerahkan diri mereka—secara fisik maupun mental—untuk membuat karya yang sesuai dengan keinginan pasar. Holland (2018) juga mendukung dengan menyatakan bahwa komodifikasi seni memangsa jiwa seni dan menguras semangat yang dimiliki para seniman. Pada intinya, komodifikasi seni mengasingkan sang seniman dari dirinya sendiri; perupa (dan karyanya) akhirnya mengkompromikan otentisitasnya. Hal ini ditunjukkan dengan “pengkerdilan

imajinasi dan kreativitas” (Suarez, 2009). “Seni akan menjadi yang terbaik jika otentik, murni dalam kreativitas, kebebasan, dan ekspresi. Saat seorang seniman bertanya pada dirinya sendiri, “Apa yang akan laku?” seni akan menjadi komoditas. Ada kesan hampa, dan keasliannya terkikis ketika sebuah karya seni diciptakan untuk mencapai keuntungan sebesar-besarnya. Sayangnya, artis seperti Murakami telah menyerah pada hal ini.” (Ash-Grimm, 2021).

Takashi Murakami merupakan contoh seniman kontemporer yang merupakan korban dari tindak komodifikasi karya seni—layaknya Gainsborough. Murakami adalah seorang seniman asal Jepang yang terkenal dengan gaya seni-nya yang bernama *Superflat*. Gaya seni ini berasal dari kombinasi seni tradisional Jepang dan seni kontemporer dari Barat. *Superflat* adalah gaya yang sangat unik karena menciptakan kontras dan memperjelas perbedaan seni Jepang antara masa lalu dan masa kini, serta budaya tinggi dan pop Jepang (Ash-Grimm, 2021). Hal ini jelas penting bagi Murakami dan tidak dapat dilepaskan dari keberadaan dirinya sebagai perupa asal Jepang. Secara visual, hal ini dapat ditunjukkan oleh **Gambar 6**.



**Gambar 6** *The Great Wave off Kanagawa*, Katsushika Hokusai (1829 -1832) dibandingkan dengan 727-272 (*The Emergence of God at the Reversal of Fate*), Takashi Murakami (2007)

Pada tahun 2006, gaya seni Murakami mendapatkan perhatian dari Louis Vuitton dan mereka hendak melakukan kolaborasi. Dalam waktu singkat, Louis Vuitton mengeluarkan koleksi baru yang menampilkan karya Murakami yang terdiri dari elemen anime dan budaya populer Jepang (**Gambar 7**). Kolaborasi ini membawa suatu lonjakan popularitas bagi Murakami dan gaya *Superflat*-nya. Namun, tanpa disadari Murakami, hal ini justru tidak baik bagi karya-karyanya. Pasar seni di Barat menyukai kolaborasi Murakami dengan Louis Vuitton, tetapi hanya karena sekedar konsepnya terkesan imut di mata mereka.

Arti di belakang *Superflat* yang ditanamkan Murakami akhirnya pudar dan Murakami tidak mendapatkan kesempatan untuk menjelaskannya. Murakami mendapatkan kekayaan yang melimpah dari kolaborasi tersebut, tetapi semuanya muncul sebagai dampak hasil eksploitasi dan pemiskinan budaya Jepang yang merupakan bagian dari jati dirinya. Pada akhirnya, Murakami kecewa karena karyanya menjadi tidak lebih dari sebuah komoditas (Ash-Grimm, 2021). Orang-orang melihat karyanya dan memikirkan uang dan nilai jualnya, bukan makna di belakangnya atau budaya Jepang yang terkandung di dalamnya. Pada titik ini, Murakami, tanpa disadari di awal, telah mengkompromikan otentisitasnya. Ia terbingkai sebagai subjek pasar tanpa ia sadari sebelumnya.



**Gambar 7 Superflat Monogram Panda, Takashi Murakami x Louis Vuitton.**

Heins (2022) setuju bahwa komodifikasi seni menekan seniman-seniman untuk menyerahkan diri mereka—secara fisik maupun mental—untuk membuat karya yang sesuai dengan keinginan pasar. Seniman-seniman seperti Gainsborough dan Murakami telah terjatuh dalam hal ini dimana mereka menuruti keinginan pasar sehingga mengorbankan otentisitas mereka sendiri. Komodifikasi seni telah secara dramatis mengubah seniman, menghadirkan peluang dan tantangan bagi otentisitas ekspresi dan imajinasi artistik perupa. Di era di mana seni telah menjadi aset yang dapat diperdagangkan, para seniman dihadapkan pada perang yang kompleks di mana nilai-nilai ekspresi seni harus selaras dengan tuntutan pasar. Ketika karya seni diposisikan sebagai komoditas, otentisitas, kebebasan, termasuk kreativitas perupa, menjadi terpinggirkan.

Seniman sering kali dipaksa untuk menyesuaikan karya mereka dengan tren pasar, preferensi klien dan kemampuan finansial, sebuah dinamika yang mengharuskan mereka menegosiasikan visi kreatif mereka. Dalam konteks ini, niat asli sang seniman, kedalaman emosional ciptaannya, dan pencarian ekspresi diri yang sebenarnya dapat dipengaruhi oleh kekuatan pasar eksternal. Dampak komodifikasi terhadap keaslian seni rupa menjadi perhatian besar dalam dunia seni rupa kontemporer, sehingga menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai batasan antara seni sebagai upaya kreatif dan seni sebagai komoditas.

Tekanan pasar seni global yang kompetitif dapat mendorong seniman untuk menyesuaikan karya mereka dengan tren pasar dan kemampuan finansial, sehingga berpotensi membatasi otentisitas ekspresi dan imajinasi mereka. Pemahaman ini menjadi dasar untuk mengevaluasi dampak komersial pada desain visual. Dengan menyelidiki dampak komersialisasi terhadap seni, hal ini dapat menjadi panduan untuk mempertahankan keaslian dan nilai estetika dalam menciptakan pesan visual yang kuat dan bermakna, sesuai dengan tujuan komunikasi visual yang efektif. Singkat kata, seni selamanya tidak akan terlepas dari komoditas. Meskipun komodifikasi seni dapat menimbulkan pertanyaan mengenai otentisitas seorang seniman, penting untuk menyadari bahwa interaksi ini telah membentuk dan juga mendorong dunia seni untuk maju. Transformasi seni menjadi sebuah komoditas bukan semata-mata sebuah tantangan namun juga cerminan dampaknya yang besar terhadap masyarakat.

## **SIMPULAN & REKOMENDASI**

Tulisan pada bagian penutup ini akan diisi dengan pandangan penulis tentang implikasi dari hal-hal yang telah dibahas terhadap lingkup praktis Desain Komunikasi Visual, terutama yang berkenaan dengan otentisitas. Otentisitas, tidak hanya bagian dari kepedulian seni, akan tetapi menyentuh berbagai lingkup kehidupan (Matthiesen, 2013, p. 9), termasuk di dalamnya adalah lingkup Desain Komunikasi Visual. Apabila diteropong dari perspektif historis seni, maka alangkah sulitnya bagi desainer untuk menjadi otentik. Hal ini dikarenakan oleh aspek komersil yang memang sesungguhnya bagian dari natur dari praktik profesi desainer itu sendiri. Desainer, secara profesional, memang sepatutnya menerima bayaran atas jasanya dalam mengatasi permasalahan klien. Fakta ini jelas memunculkan pertanyaan apakah otentisitas tetap dapat memperoleh porsinya. dalam lingkup profesi Desain Komunikasi Visual? “Jika otentisitas berarti menjadi benar terhadap diri sendiri, maka dapat diperdebatkan bahwa karya komersial tidak akan pernah otentik”. (Matthiesen, 2013, p. 10). Hal jelas memunculkan pertanyaan sekaligus tantangan yang lebih spesifik tentang otentisitas dari sang desainer. Menurut hemat penulis, jawaban atas pertanyaan tersebut adalah ya, otentisitas masih dapat memperoleh ruang gerak dalam Desain Komunikasi Visual. Jawaban ini tidak terlepas dari proses pengambilan keputusan akhir ide desain itu sendiri.

Jika seorang desainer hanya membuat karya mereka hanya dengan mengimitasi ide dari kliennya, di titik ini permasalahan otentisitas muncul. Apabila hal ini dilakukan sang desainer, maka tidak hanya otentisitas yang dimiskinkan, akan tetapi juga otoritas profesinya. Profesinya tidak lagi dipraktikkan sebagai desainer, namun sebagai murni operator teknis. Akan tetapi apabila sang desainer hanya menerima masukan dari klien, mendialogkannya, dan keputusan akhir desain tetap berada di tangan sang desainer, di sinilah letak otentisitasnya. Menerima masukan dan mendialogkan ide-idenya dengan klien tidak sama dengan sang desainer tunduk dan melucuti jati dirinya. Ketika keputusan akhir dari sebuah desain berada di tangan sang desainer, ia justru menunjukkan otentisitasnya sekaligus otoritas keilmuannya. Terlebih lagi jika keputusan akhir desain yang disepakati, turut melibatkan “cara hidup dari desainer itu sendiri” dan bukan hanya sekadar memnuhi “keinginan klien” (Matthiesen, 2013, p. 51). Persoalan otentisitas, dengan demikian, tidak hanya terletak pada dikotomi komersil atau non-komersil, namun sejauh apa cara berada dari sang desainer turut terlibat secara signifikan dalam perancangan sebuah komunikasi visual.

## **BIODATA PENULIS**

Aurellia Levina adalah seorang mahasiswa yang sedang berkuliah jurusan Desain Komunikasi Visual di Universitas Pelita Harapan, Tangerang. Ia memilih peminatan Animasi sebagai fokus bagi studi akademiknya. Animasi tidak merupakan satu-satunya hal yang diminatinya, ia juga meminati mata kuliah-mata kuliah yang berciri teoretis-historis; tidak hanya praktis-teknis.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Sang penulis mengucapkan terima kasih kepada Bpk. Ferdinand Indrajaya selaku dosen pembimbing dan penulis kedua yang telah sabar, meluangkan waktu, merelakan tenaga dan pikiran serta turut memberi perhatian dalam memberikan pendampingan selama proses penulisan artikel jurnal ini. Terima kasih juga kepada teman-teman saya, Dafy Bintang Natanael dan Tiara Kiatama, yang memberikan bantuan dalam pengembangan ide dan judul untuk artikel jurnal ini. Akhir kata, penulis berharap semoga artikel jurnal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abrams, M. H., & Harpham, G. G. (2013). *A Glossary of Literary Terms* (10th ed.). Cengage

### **de-lite:**

*Journal of Visual Communication*

*Design Study & Practice*

**Vol. 3 No. 2 December 2023**



Learning. p. 239.

Ash-Grimm, A. (2021, September 12). The Commodification of Art, and Capitalism's Infiltration of the Art World. Medium. <https://medium.com/@lizziechatham/a-brief-history-of-art-commodification-34dcebe7c74>

Braembussche, A.V. (2009). *Thinking Art: An Introduction to Philosophy of Art*. Springer Science + Business Media.

Cerbone, D. R. (2008). *Heidegger: A Guide for the Perplexed*. Continuum.

Chatham, E. (2020, March 25). The Beginnings of Art Commodification. Medium. <https://medium.com/@lizziechatham/a-brief-history-of-art-commodification-34dcebe7c74>

Denzin, N., & Lincoln. Y. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications Inc.

Galitz, K. C. (2004, October). Romanticism. Metmuseum.org. The Metropolitan Museum of Art. [www.metmuseum.org/toah/hd/roma/hd\\_roma.htm](http://www.metmuseum.org/toah/hd/roma/hd_roma.htm)

Gordon, G. (2005). *Philosophy of the Arts: An Introduction to Aesthetics*. Routledge.

Heins, C. (2022, February 9). We Need to Recognize the Commodification of Artists. New University. <https://newuniversity.org/2022/02/09/we-need-to-recognize-the-commodification-of-artists/>

Holland, J. (2018, February 2). The Commodification of Art and the Illusions of Capitalism. CounterPunch. <https://www.counterpunch.org/2018/02/02/the-commodification-of-art-and-the-illusions-of-capitalism>

Hughes, Robert. "Robert Hughes on Updating The Shock of the New." The Guardian, 30 June 2004, [www.theguardian.com/artanddesign/2004/jun/30/art1](http://www.theguardian.com/artanddesign/2004/jun/30/art1).

Janson, H. W., Davies, P., Denny, W. B., Hofrichter, F., Jacobs, J. J., & Roberts, A. M. (2011). *Janson's History of Art: The Western Tradition* (8th ed.). Pearson, p. 821

Jones. (2021, March 25). Romanticism in Art. ThinkSheet. Medium. <https://medium.com/thinksheet/romanticism-in-art-87833762efff>

Martin, S. (2007). The absolute artwork meets the absolute commodity. *Radical Philosophy*, p 16. [https://chtodelat.org/wp-content/uploads/2009/10/martin\\_autonomy.pdf](https://chtodelat.org/wp-content/uploads/2009/10/martin_autonomy.pdf)

Matthiesen, K. D. (2013). Authenticity in a Visual World. *Journal of Visual Culture*, 12(1), 9-51. <https://kai-matthiesen.com/authenticity-in-a-visual-world>

Mcleod, S. (2023). *Qualitative Vs Quantitative Research Methods & Data Analysis*. Retrieved from <https://www.simplypsychology.org/qualitative-quantitative.html>

Meyer, I. (2021, April 28). Romanticism art. *Art in Context*. <https://artincontext.org/romanticism-art/>

Richman-Abdou, K. (2019, July 29). Romanticism: An Art Movement That Emphasized Emotion and Turned to the Sublime. *My Modern Met*. [mymodernmet.com/what-is-romanticism/](http://mymodernmet.com/what-is-romanticism/)

- Scruton, R. (1995). *A Short History of Modern Philosophy: From Descartes to Wittgenstein*. Routledge.
- Sottile, Z. (2023, February 19). Jeff Koons' 'Balloon Dog' sculpture in Miami vandalized and broken. CNN Style. <https://edition.cnn.com/style/article/jeff-koons-balloon-dog-broken-miami/index.html>
- Stewart, C. (n.d.). The Online Global Art Market Around The World. MyArtBroker. <https://www.myartbroker.com/investing/articles/online-global-art-market-around-the-world>
- Suarez-Villa, L. (2009). *Technocapitalism: A Critical Perspective on Technological Innovation and Corporatism*. Temple University Press.
- The National Gallery. (n.d.). Thomas Gainsborough. <https://www.nationalgallery.org.uk/artists/thomas-gainsborough>
- "What Is Romanticism? an Art Movement Defined in 8 Minutes." (2017, May 7). Invaluable. <https://www.invaluable.com/blog/romanticism-defined/>
- Woodall, M. (1961). *The Letters of Thomas Gainsborough*. Lion and Unicorn Press 1961. 11
- Woodall, M. (2022, July 29). Thomas Gainsborough. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/Thomas-Gainsborough>
- Zimmerman, D. (2015). Art as an Autonomous Commodity within the Global Market. Chiaroscuro Magazine. <https://www.chiaroscuromagazine.com/critique/art-autonomous-commodity-within-global-market.html>