

1

KOMUNIKASI ESTETIK DI MASA PANDEMI Sebuah Catatan Pengalaman Peciptaan Patung Nyi Ronggeng

SUPRIATNA

Received: 17 Oktober 2020; Accepted: 4 Desember 2020; Published: 15 Desember 2020

Ed. 2020; 4 (1): 154 - 163

Abstract

Creating fine art during the Covid-19 pandemic is quite a challenging experience for artists. The implementation of the government policy regarding Large-Scale Social Restrictions (PSBB), in an undetermined time, forces everyone including artists to stay at home more. For artists, this condition has an impact on limitations in getting space for expression, to interact with the public, namely studios and galleries. On the other hand, artists also find it difficult to get stock of working mediums, such as canvas and oil paint. This condition forces the artist to creatively find a way out, so that his artistic passion can still be achieved. The use of non-conventional mediums for work is the answer that artists often do, considering that this medium is unlimited in number, and is still very broad to be explored into a new art form. Likewise regarding the expression channel space, to get feedback from the art public, you can take advantage of communication technology tools, through interactive applications. Art exhibitions and discussions in cyberspace are a new alternative, with a wider reach and public. This creativity is interesting considering the artists' attitude towards the medium and how art communication is a dilemma that must be resolved.

Keywords: creativity, aesthetic communication, Ronggeng.

PENDAHULUAN

Bagi seniman menghasilkan karya adalah suatu tuntutan batin, yang secara naluriah jiwa dan raganya akan bergerak untuk berbuat sesuatu mewujudkan hasrat seni dalam benaknya. Ketika kegelisahandalam pikirannya telah diredam oleh wujud seni, makaseniman perlu komunikasikan kepada khalayak apa yang menjadi konten dalam wujud karya seninya. Komunikasi seni diperlukan sebagai kontribusi pikiran seniman terhadap sebuah fenomena. Bagi seniman proses berkesenian akan merasa sempurna, apabila karyanya selalu terpublikasi pada khalayak, dan begitu siklus seterusnya keterikatan antara seniman dengan publiknya menjadi simbiosis saling membutuhkan. Seniman memerlukan pengakuan dan khalayak

memerlukan apresiasi estetik sebagai kebutuhan rohani. Seiring dengan hal itu JAENI (2016:7) menyampaikan bahwa, esensi seni adalah tidakan simbolik,yang di dalamnya terjadi proses komunkasi estetik tentang nilai-niai yang dimilikinya. Dalam hal ini tidak sekedar menghayati bentuk namun juga terdapat makna dan nilai indah” bagi masyarakat apresiatornya.

Mega bencanayang disebabkan wabah Covid-19 yang saat ini melanda hampir ke seluruh negara di dunia, menjadi terorkematian massal bagi umat manusia. Penyebutan Covid-19 adalah sebuah terminologi kedokteran untuk virus corona yang ditemukan pada tahun 2019. Virus menyebar dari satu orang ke orang lain melalui droplet atau cipratan air liur, ketika terjadi

percakapan dalam kontak jarak dekat. Virus akan terhisap dan bersemayam pada saluran pernapasan, dari lawan bicara atau orang lain yang sudah terkena virus. Kemudian dalam kurun waktu tertentu virus tersebut berkembang biak, dan mengganggu saluran pernapasan sehingga mengakibatkan gagal pernapasan. Begitu dahsyatnya bencana wabah virus ini telah menyerang sejumlah 141 negara, dengan jumlah kematian lebih dari 1,095,216 manusia. Dasyatnya wabah virus corona, telah mengubah cara kehidupan yang sudah lama establish, dengan kebiasaan baru untuk tidak berkontak sosial secara bebas, berlaku social distancing², baik antar individu maupun bergerombol. Bahkan untuk mencegah semakin banyaknya korban kematian, di beberapa negara diberlakukan kebijakan *Lock Down*, dimana aktivitas manusia dibatasi pada ruang terbatas, dipaksa hanya dengan keluarga saja (*stay at home*). Kebijakan serupa dengan *Lock Down* juga dilakukan oleh beberapa pemerintah daerah di Indonesia dengan nama Pembatasan Sosial Berskala besar (PSBB).

Kebijakan ini dilakukan terutama di wilayah pemerintahan daerah yang dinyatakan paling banyak warganya terserang covid-19 (zona merah). Kondisi pembatasan mobilitas manusia dalam melakukan aktivitas, relatif belum bisa dinyatakan bebas dalam waktu yang tertentu. Ketidakpastian ini telah berdampak pada sistem transaksi ekonomi secara luas, yakni toko dan mall ditutup, sehingga untuk mendapatkan sesuatu keperluan tidak semudah didapat seperti kondisi normal. Seniman yang terpaksa tinggal di rumah mengalami kesulitan untuk mendapatkan ruang berkarya sekaligus ruang komunikasi dengan publikasinya, seperti: studio, sanggar dan galeri. Ruang-ruang publik seni yang ditutup karena menghindari kerumunan, disamping itu seniman perupa juga

kesulitan mendapatkan stok material berkarya seperti kanvas, cat minyak, akrilik, kwas dan sebagainya.

Kondisi sulit untuk mendapatkan sarana prasarana pendukung kreativitas, justru menjadi tantangan tersendiri bagi seniman, yang agaknya tidak begitu saja menyerah pada keadaan, maka dalam situasi segala keterbatasan mencari jalan keluar untuk meraih sesuatu pengganti. Sejalan dengan pikiran JOHN ADAIR (2007: 8) *Creativity is the faculty of mind and spirit that enables us to bring into existence, ostensibly out of nothing, something of use, order, beauty or significance.*

Sebagai kreator selayaknya mampu mencari jalan keluar, manakala satu hambatan terjadi di luar perkiraannya, ia dituntut mampu mencari jalan alternatif yang dapat mewakili ideanya. Cara-cara kreatif bagi seniman kerap ditempuh, misalnya untuk mendapatkan material berkarya tidak harus menggunakan material konvensional, namun dengan melakukan eksperimen terhadap sesuatu material yang belum dicoba dan diketahuinya, saat-saat inilah tantangan kepekaan seniman diuji. Kreativitas bisa mencoba dimulai dengan apa saja yang ada disekeliling lingkungannya, misalnya dengan eksplorasi material-material baru yang tak lazim digunakan sebagai medium seni (seni rupa). Melalui eksperimen sangat memungkinkan akan mendapatkan catatan sifat-sifat material yang bisa diselaraskan konsep karya, sehingga menjadi medium alternatif sebagai temuan. (SUPRIATNA, 2017: 159).

Sensasi efek dari hasil olah material non konvensional akan menjadi catatan baru perihal estetika dan menambah pembendaharaan kosa estetika bagi seniman, dan hendaknya segera mendapat pengakuan publik melalui pameran-pameran, tulisan ilmiah maupun didaftarkan sebagai penemu syah atas wujud seni yang

dibuatnya, melalui pendaftaran Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Seringnya berkomunikasi dengan publik seni, merupakan hal penting dalam upaya mendapatkan pengakuan khalayak atas hasil kreativitas karya seninya, sebagai kekuatan eksistensinya di masyarakat. Sejalan dengan Mulyana (2008:14) “orang berkomunikasi menunjukkan dirinya eksis, inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri”. Penyampaian eksistensi diri seniman lewat penampilan karyanya, berarti juga membangun branding personal sebagai seniman produktif dan profesional.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan berpedoman pada deskriptif analitik, yakni pengambilan kesimpulan akhir akan banyak ditentukan oleh peneliti berdasarkan gambaran real di lapangan dengan didukung data otentik, berkaitan dengan hal tersebut dalam penelitian ini dilakukan cara observasi langsung maupun tidak langsung. Objek penelitian ini difokuskan pada kreativitas karya rupa di masa pandemi yang ditinjau melalui perspektif komunikasi khususnya komunikasi estetika. Namun guna mendapatkan data informasi yang lebih dalam, maka digunakan juga pendekatan Participatory action research (PAR), dengan turut sertanya peneliti sebagai partisipan dalam proses kreasi masa pandemi. Telaah berkarya ini juga berkaitan dengan even pameran virtual basic From west Java to the world dimana peneliti terlibat di dalamnya, yang berlangsung pada tanggal 16-30 Juni 2020 pada saat itu bencana covid sedang memuncak di berbagai wilayah di Indonesia dan dunia. Partisipasi peneliti dalam berkarya dan pameran ini, berupa karya patung mini Nyi Ronggeng sebagai usaha untuk memahami tantangan berkarya saat pandemi, baik secara individu maupun partisipasi kolaboratif dalam sebuah pameran serta *refleksi artists' talk*.

Kreativitas di Masa Pandemi

Pengalaman kreativitas yang disampaikan pada tulisan ini adalah karya seni rupa, dalam hal ini peneliti yang juga bertindak sebagai kreator. Berkaitan dengan hal tersebut fokus pembahasan yang disampaikan berkaitan pada karya peneliti, agar apa yang disampaikan akan lebih realistis dan orisinal, sesuai apa adanya berdasarkan pengalaman estetis pribadi pada masa pandemi.

Peneliti sebagai akademisi di Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung, yang juga aktif sebagai penggiat praktik seni rupa. Pada dua wilayah praktik dan praksis ini ada semacam tuntutan memadukan wacana subjektif dan objektif. Berikut disampaikan analisis data:

Objek Karya

Patung perempuan yang tersaji menggambarkan sosok penari, dengan sumber gagasan objek mengambil dari seni tradisi Sunda. Pemilihan objek perempuan sebagai gagasan berkarya tidak pernah bosan-bosannya dieksplorasi para kreator. Perempuan dengan kodratnya sebagai makhluk yang lemah lembut, paras cantik, suara merdu, bentuk tubuhnya indah adalah anugerah Tuhan yang tidak terhingga. Sosok perempuan kerap menginspirasi kreator dibalik kelembutan, ada kekuatan yang mampu menggerakkan pasangannya untuk mengubah dunia. Patung mini yang tersaji diberi judul Nyi Ronggeng, karya yang ditampilkan, adalah representasi dari penari tradisional Jawa Barat, yang disebut Ronggeng atau Nyi Ronggeng. Menurut Caturwati (2006: xxix) Ronggeng adalah sebutan untuk penari hiburan yang memiliki kemampuan menari dan menyanyi dalam pertunjukan tarian hiburan, Tayub, Ketuk Tilu, dan sejenisnya. Objek Nyi Ronggeng dipilih oleh peneliti karena Nyi Ronggeng dibalik profesinya sebagai penari sekaligus pesinden, dan juga sebagai wanita penghibur. Dalam beberapa sumber referensi, sosok Ronggeng memiliki riwayat dan cerita panjang dan unik. Peneliti memandangnya sebagai sosok

fenomenal pada jamannya, daya tarik ini sekaligus menjadi konsep karya masih adakah Ronggeng di saat ini, bila dunia Ronggeng masih hidup seperti apa sifat dan perwujudannya.

Ukuran

Kreativitas yang dilakukan kreator adalah mewujudkan karya tiga dimensi, berupa patung figuratif mengacu pada bentuk manusia, berupa sosok perempuan. Adapun ukuran yang diwujudkan relatif kecil dari umumnya karya monumen seni patung, yakni 50 cm. Jika tinggi rata-rata manusia normal 160 cm, maka skala patung tersebut 1:32. Patung mini yang tersaji diberi judul “Nyi Ronggeng”, berdiri di atas base persegi 14 x 14 x 2 cm. Penempatan pada base ini menandai bahwa patung mini ini merupakan karya yang berdiri sendiri, artinya tidak tergantung atau tambahan objek lain, seperti halnya patung diorama maupun dalam bentuk seni instalasi.

Material

Wujud karya yang ditampilkan menggunakan material non konvensional, yakni material yang tidak lazim digunakan dalam pembuatan karya patung pada umumnya. Material utama yang digunakan adalah karton (kardus) bekas kotak mie instan. Bahan ini dipilih mengingat selama masa pandemi stok makanan mie instan adalah bahan pokok pilihan pavorit rumah tangga, yang dianggap murah, higienis, praktis dan tahan lama. Banyaknya stok mie instan tersebut berdampak munculnya tumpukan limbah kardus yang tidak sedikit, selain bisa membusuk bila terkena air atau lembab, juga berpotensi merusak pemandangan lingkungan rumah, maka dengan terlihatnya setiap hari tumpukan limbah ini telah menjadi daya stimulus bagi kreator, untuk dimanfaatkan menjadi sebuah karya seni rupa. Berkait dengan pemanfaatan material baru untuk sebuah karya seni, maka seniman tidak harus tergantung pada satu material baku, karena esensi seni adalah mengeluarkan gagasan, bila

ada material lain yang bisa diolah mengapa tidak dilakukan. Karya seni itu sendiri tidak bisa diprediksi mendekati kesempurnaan logika, namun dalam hal ini banyak dijalankan oleh intuisi, dengan perasaan simpati dan empati (ST.ALISJAHBANA, 1983:38). Sejalan dengan Platon dalam MICHAEL HAUSKELLER (2015:9), bahwa nilai kebenaran (seni) tidak berkaitan dengan kemiripan atau keselarasan, melainkan dengan kadar eksistensi suatu benda. Lebih jauh dimaksud eksistensi adalah sifat dari kebedaannya yang kekal dan hidup dalam idea. Material adalah media ekspresi untuk mencapai esensial dari idea itu sendiri. Proses kreativitas selayaknya berpusat pada kesan atau impresi, dan ucapan atau ekspresi (ST.ALISJAHBANA, 1983:40).

Proses Kreatif

Rangkaian proses kreatif dilakukan dengan secara bertahap, sebagaimana teknik membentuk patung, yakni diawali dengan pembentukan kerangka dasar menggunakan kawat jemuran, dirangkai perbagian membentuk struktur gestur yang diinginkan. Langkah berikutnya membentuk struktur otot, dengan cara menempel material utama, adapun material adalah kardus mie instan. Penempelan material kardus pada kerangka dengan menggunakan perekat lem kayu dengan teknik modeling, yakni dengan cara menempelkan satu persatu potongan kardus yang telah disiapkan sebelumnya, dengan ukuran rata-rata 2 X 5 cm, dan ditempelkan secara bertahap perbagian kerangka. Pembentukan struktur objek ini dilakukan secara bertahap agar bentuk terkontrol, baik proporsi, detail, tekstur maupun pengayaan yang diinginkan, sehingga objek yang terbentuk akan sesuai dengan yang diharapkan.



Gambar 1. Proses membangun kerangka otot.
Sumber foto: Supriatna, 2020

Detail

Adapun objek yang terbentuk adalah sosok perempuan dengan gestur tengah menari, hal tersebut nampak pada gestur badan secara keseluruhan, detail bentuk tangan, gerak jari, hiasan rambut serta property selendang yang menandai sosok penari. Karya di atas digarap dengan gaya realis impresif, yakni proporsi figure yang mendekati ideal, gestur disajikan dengan bentuk wajar, namun pada detail karya terdapat efek tekstur yang terbentuk dari tempelan-tempelan material kardus secara alami (tidak dihaluskan). Warna objek dominan coklat muda yang merupakan warna dasar dari material limbah kardus mie instan. Sementara aksentuasi diletakkan pada kostum patung, yang dominan warna merah dengan motif potongan-potongan tulisan tidak utuh, namun masih terlihat menunjukkan padamerek dagang tertentu. Bagian warna pada kostum tersebut, memanfaatkan bagian kotak kardus yang berwarna, dengan pilihan warna sesuai merk kotak kardus yang dipilih.

Patung Nyi Ronggeng yang disajikan dibuat pada tahun 2020. Pewujudannya tidak seutuhnya digambarkan dengan suasana tradisi masa kejayaannya, namun peneliti menafsir kembali dengan visual kekinian. Adapun penanda kekinian yang paling ditonjolkan kreator dapat dilihat pakaian penari dengan menggunakan baju terusan pendek di atas paha, yang paradoks dengan budaya tradisi. Sementara itu warna kostum bernuansa merah, serta pada bagian rambut tidak menggunakan gelung, tetapi bergaya rambut pendek, serta dengan

menggunakan bando dengan lipatan-lipatan kesan bunga. Pada bagian leher terdapat kalung bernuansa merah. Detail aksesoris yang ditampilkan tersebut sangat berbeda dengan aksesoris penari tradisi, aksesoris tersebut menandai estetis modernitas.



Gambar 2.
Dari kiri ke kanan: Patung Nyi Ronggeng 1 dan 2
Sumber foto: Supriatna, 2020

Pameran sebagai Pernyataan Diri

Mengutip apa yang disampaikan Mulyana (2008:14) “Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis”. Inilah yang disebut aktualisasi-diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi-diri. Pameran seni adalah salah satu upaya eksistensi diri seniman di masyarakat. Seorang seniman semakin sering berpameran dengan karya-karya baru, maka ia akan semakin diakui masyarakatnya sebagai seniman. Pameran seni adalah saluran komunikasi estetis bagi para seniman kepada masyarakat seninya, yang di dalam kegiatannya tersirat sebagaisarana menyampaikan manifestasi buah pikiran atas kegelisahan, maupun tanggapan pada fenomena-fenomena yang menyelimutinya. Seperti disampaikan Wisetrotomo (2020:6) bahwa: “Pada dasarnya setiap peristiwa pameran dapat dibaca sebagai ‘pernyataan’ sang seniman terkait dengan ide, proses kreatif, dan eksekusi akhir karya-karya ciptaannya”.

Sementara itu wujud seni merupakan ekspresi perasaan dan substansi pikirannya. Didalam model-model komunikasi, disampaikan bahwapesan (estetik) yang disampaikan sender (seniman) akan diterima oleh receiver (apresian).

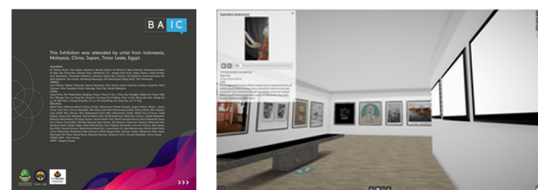
Kemudian apresiasi sebagai penerima pesan akan memberikan respon balik, atau menyebarkannya lagi kepada receiver-receiver lain, sehingga pesan seni tersebut akan bergulir terus sebagai pesan yang berkembang menjadi diskursus. Dalam kaitan ini maka wujud karya disebut juga sebagai pesan estetik, yang menjadi sentral komunikasi antara seniman dengan apresiasi yang akan terus mewacanakan pesan seni. Pameran sebagai saluran komunikasi estetik bagi seniman membuka ruang respon bagi publiknya. SUSANTO (2004:10) menyampaikan bahwa, “pameran dapat dianggap sebagai pusat yang membicarakan subjek dalam cerita tentang seni, yang mana institusi dan kurator-kurator sering mendapat tugas bercerita pad publik. Terkait dengan itu pameran juga menjadi “medium” dalam mendistribusi mauoun meresepsi seni, oleh karena itu pula pameran menjadi agen utama dalam debt maupun polemik sekitar beberapa aspek seni visual”.

Dengan memanfaatkan piranti internet keterbatasan gerak dan ruang realitas dalam masa pandemi ini nampaknya tidak menjadi penghalang. Seniman tetap dapat menyampaikan komunikasi estetikanya, dengan menggunakan saluran on line seperti halnya pameran virtual. Sekalipun tidak bisa melihat wujud langsung penampakan karya seninya, namun apresiasi dapat menyimak serta menyaksikan secara maya kapan saja dan dimana saja apresiasi berada.

Adapun bahasan dalam penulisan ini bersumber pada sebuah even pameran Pameran Internasional, yang di dalam hal ini penulis turut berpartisipasi dan tergabung dalam *International Virtual Exhibition BAIC (Bandung Art International Conferenre)*, yang diselenggarakan 16-30 Juni 2020, dengan tema *Message From West Java To The Word : Facing The “New Normal” in Art and Culture*. Pameran virtual ini menggunakan sarana ruang galeri maya dengan aplikasi *Artsteps*.

Pameran ini dapat dikases melalui Link url:<https://www.artsteps.com/view/5ed90b1c5bf9c73b9a3ad2cf>, melalui link tersebut ruang pajang karya digambarkan sebagai galeri, dan apresiasi dapat berkeliling melihat-lihat karya dengan petunjuk ikon fitur di dalamnya. Sekalipun pameran ini ditutup pada tanggal 30 Juni 2020, namun karya bisa diapresiasi sepanjang waktu, selama link tersebut belum terhapus oleh sistem.

Pameran Internasional BAIC ini diikuti oleh 85 perupa Indonesia dan manca negara, di antaranya: Timor Leste, Malaysia, Jepang, China dan Mesir. Selain pameran dalam kegiatan ini dilangsungkan pula artist talk, dan webinar, dengan demikian semakin banyak informasi yang disampaikan setiap seniman, maka semakin dalam dan luas makna pesan yang diterima para apresiasi. Pameran ini berlangsung saat bencana covid-19 sedang dalam kondisi menanjak di berbagai wilayah di Indonesia, termasuk juga di beberapa belahan dunia. Partisipasi penulis dalam berkarya dan pameran bersama ini, sebagai usaha untuk memahami dunia seni rupa saat pandemi, baik secara individu saat berkarya maupun secara kolaboratif mengikuti refleksi dalam diskusi artist talk dalam jaringan maya. Kesertaan penulis dalam even ini memberikan pengalaman sensasional tersendiri, bagaimana masyarakat internasional dengan berbagai budaya saling memberi tanggapan yang berlainan dalam kontek wacana estetik.



Gambar 3.

Dari kiri ke kanan:
Poster Pameran Virtual BAIC dan Galeri BAIC.
Sumber foto: Supriatna, 2020

Komunikasi Estetik Nyi Ronggeng

Komunikasi Estetik

Sebuah karya bila tidak dikomunikasikan, maka karya tersebut hanya akan berhenti untuk dirinya sendiri, dan tidak bermanfaat bagi masyarakat. Sekecil apapun karya seni merupakan kumpulan pesan, yang diorganisir dalam kesadaran estetik sehingga berbentuk materi. Apa yang dikomunikasikan oleh seniman adalah benda seni yang di dalam menampilkan pesan-pesan estetik, yang lahir melalui komunikasi intrapersonal, yakni bagaimana seniman bergulat dalam pikiran dirinya sendirimelalui perenungan batin maupun pertimbangan rasio, dari rangkaian menangkap fenomena, memikirkan substansi, mentransfomasikan kedalam seni, menimbang rasa, menata indah sehingga pada akhirnya ditetapkan sebuah keputusan estetik. Sebuah karya memiliki beragam makna, yang dapat bermanfaat bagi masyarakat apresiansinya.

Berkait dengan hal tersebut mengkomunikasikan buah karya adalah kebutuhan seniman, agar hidup bersimbiosis dengan masyarakatnya. Seniman butuh pengakuan masyarakat untuk menjaga eksistensi dirinya, begitu pun masyarakat juga membutuhkan asupan rasa estetik, sebagai pengobat hati, dan memperhalus budi pekertinya.

Apa yang diperbicangkan dalam sebuah diskusi seni, hakekatnya merupakan komunikasi estetik dasar ilmunya adalah komunikasi, berkaitan dengan hal tersebut, hendaknya dipahami apa yang dimaksud “komunikasi”. Mulyana (2005:41) menyampaikan istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication yang berasal dari bahasa latin communis, yang berarti ‘sama’, *communico, communicatio, communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Pengertian tersebut dipahami sebagai kesamaan arti dan kesamaan makna, satu pikiran dan satu tujuan. Komunikasi dalam konteks sosial, berarti

saling memahami pesan satu sama lain, sebagaimana disampaikan FISKE (1990:2) *Communication as... social interaction as the process by which one person relates to others, or affects the behaviour, state of mind or emotional response of another, and, of course, vice versa*. Sejalan dengan WEST dan TUNNER (2010:5) *“Communication is a social process in which individuals employ symbols to establish and interpret meaning in their environment.”*

Komunikasi dalam konteks seni, yang berarti dalam proses komunikasinya ada tuntunan rasa keindahan. Oleh karena itu simbol-simbol maupun unsur-unsur komunikasi lainnya seperti: tanda, ikon maupun penanda yang diwujudkan dalam karya seni hendaknya dikemas berdasarkan pertimbangan rasa dan reka indah, seperti disampaikan dan SOBUR: (2003: 166) *“Manusia itu unik karena mereka memiliki kemampuan memanipulasi simbol-simbol berdasarkan kesadaran”*. Melalui kreativitas simbol-simbol seni dalam proses komunikasi, akan lebih cepat menyentuh batin komunikan dengan respon-respon emosionalnya, seperti rasa haru, kagum, empati maupun simpati dan sebagainya.

Winangsih (2008) Komunikasi Seni merupakan cabang dari Komunikasi Kultural, dengan landasan (akar) ilmu estetika. Istilah estetika adalah berkaitan dengan cabang filsafat keindahan (Seni), penciptaan, nilai dan pengalaman seni sebagaimana disampaikan A.R.LACEY (1996:5) menyatakan jika *“Aesthetics also called philosophy of art. Roughly, that branch of philosophy concerned with the creation, value and experience of art and the analysis and solution of problems relating to these. The primary topic is the appreciation of art, and major problems centre on what makes something a work of art”*. Sejalan dengan hal tersebut NEUFELDT dan GURALNIK D.E, dalam DENNIS DAK (2005:4) mendefinisikan Estetika sebagai studi dan teori keindahan dan

tanggapan psikologinya: *"Aesthetics is traditionally defined as "the study and theory of beauty and of the psycho-logical responses to it"*

Dalam kaitan istilah komunikasi estetik JAENI (2013: 36) menyampaikan bahwa: "istilah komunikasi estetik dimunculkan oleh CUPCHIK dan HEINRICHS (1981) sebagai sebuah proses komunikasi antara seniman dengan publiknya dalam sebuah peristiwa seni yang menunjukkan keunikan pesan atau makna dalam penyampaian informasi". Pada bagian lain Jaeni menambahkan apa yang dimaksud komunikasi estetik, adalah sebuah peristiwa komunikasi dalam seni yang di dalamnya terdapat relasi nilai nilai estetik (keindahan), sebagai pesan yang memiliki makna antara seniman dan publiknya sebagai peserta komunikasi. Komunikasi estetik merupakan kalimat lain dari komunikasi keindahan. Dan keindahan bukanlah objek fisik melainkan suatu fenomena yang dirasakan melalui pengamatan inderawi berdasarkan pengalaman estetis.

Apresiasi patung Nyi Ronggeng dalam pameran virtual banyak melibatkan panca indra penglihatan, namun bila dalam kondisi ruang realita juga akan melibatkan indra perabaan, dan penciuman (pesan non verbal). Peristiwa ini hakekatnya merupakan komunikasi estetik, sebagaimana para peserta komunikasi menyampaikan, menerima maupun memberikan balikan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan hubungan nilai seni, takaran maupun bobot pesan seni, serta kualitas benda seninya, sebagaimana dipelajari dalam teori estetika.

Relasi Nilai.

Pada patung Nyi Ronggeng sendiri memiliki terdapat kode-kode visual, yang dapat dibaca dan diapresiasi sebagai pesan estetik, yang tidak hanya dilihat dari wujud keindahan ragawinya

saja, tetapi aura yang terpancar pada benda seninya itu sendiri. Sejalan dengan hal tersebut HEGEL dalam MICHAEL HAUSKELLER (2015:32) mengatakan, "bahwa keindahan suatu benda selalu menunjuk pada roh yang menampakan diri. Keindahan benda adalah perwujudan indrawi dan idea. Dan idea itu kesatuan batin dan realitas". Pada dasarnya nilai keindahan muncul sewaktu realitas sesuai batin. Berkait dengan komunikasi estetik patung Nyi Ronggeng tidak hanya berhenti pada kesempurnaan bentuk, namun bagaimana dengan relasi nilai misalnya: ketika memaknai nilai kebenaran gesture patung tidak hanya pada tercapainya penampakan proporsi ideal, atau bentuk kewajaran gerak, namun ada lebih substansi bagaimana esensi gesture itu hidup dalam karakternya sebagai Nyi Ronggeng, seperti sensualitas tubuh yang terus memikat penonton, maupun jurgan-jurgan sebagai partisipan pertunjukan. Begitupun pada penggunaan material alternatif, tidak hanya berhenti pada teratasinya dampak kekurangan medium akibat peristiwa pandemi, tetapi bagaimana bahan tersebut dipandang sebagai fleksibilitas medium dalam mewujudkan karya tiga dimensi, bahkan material menjadi bagian ideologi kelenturan tubuh sosok Nyi Ronggeng. Hal lain adalah kualitas tekstur yang tersaji dipermukaan karya, tidak hanya menandai keindahan teknik dalam perlakuan material, namun bagaimana perwujudan tersebut berelasi dengan dinamika gerak Nyi Ronggeng di arena maupun dalam gambaran jagat alitnya di dalam melayani suami, keluarga maupun masyarakat seninya. Begitupun penempatan aksentuasi warna pada kostum, serta aksesoris, tidak berhenti pada keindahan glamourian Nyi Ronggeng sebagai artis primadona panggung, namun bagaimana dengan hubungan transendental Nyi Ronggeng, misalnya mitos sebagai titisan negeri khayangan. Komunikasi estetik akan selalu memiliki makna dinamis, ketika terjadi korelasi simbol-simbol tradisi yang filosofis maupun mitos-mitosnya

menjadi bagian dari konsep idea. Mengutip dari STRAUSS (2005:10-22), bahwa mitos kelihatannya bersifat sekenanya, tetapi menjadi bagian penting dalam memaknai substansi yang dianggap filosofis, dengan mitos memberikan ilusi yang unik pada objek. Fantasi ini kelak akan terpecahkan oleh saintifik melalui operasi biner.

SIMPULAN

Kondisi pandemi (Covid-19) telah memaksa seniman keluar dari zona keterpurukan, akibat sulit didapatkannya sarana dan prasarana pendukung untuk berkspresi seni. Salah satu cara kreatif seniman yakni dengan memanfaatkan media alternatif, baik penggunaan limbah dalam berkreasi, maupun media elektronik dalam memamerkan karyanya. Pada prinsipnya seniman tidak harus tergantung pada satu material baku, karena esensi seni adalah mengeluarkan gagasan, dan bagaimana ekspresi seninya bisa menghidupkan idea. Karya seni sebagai buah gagasan perlu dikomunikasikan agar ada pengakuan di masyarakat, sekaligus sebagai eksistensi diri senimannya. Maka sebuah pameran adalah salah satu bentuk saluran komunikasi estetis, yang dapat meninggalkan wacana seni yang meluas. Berkait dengan hal tersebut komunikasi estetis patung Nyi Ronggeng tidak hanya berhenti pada kesempurnaan bentuk, namun bagaimana dengan relasi nilai mengungkap makna yang tidak terlihat sebagai esensi dari idea.

DAFTAR PUSTAKA

ALDAIR, J.

2007. *The Art of Creative Thinking: How to Be Innovative and Develop Great Ideas*. London and Philadelphia: Kogan Page.

ALISJAHBANA, S.T.

1983. *Kreativitas*. Jakarta: Dian Rakyat.

Caturwati, E.

2006. *Perempuan & Ronggeng di Tatar Sunda Telaahan Sejarah Budaya*. Bandung: LBPB.

Data from: CDC · WHO · ECDC · Wikipedia. The New York Times · See full list · Increase in cases represents change over the last 24 hours. Diunggah 16 Oktober 2020.

DICKIE, G.

1979. *Aesthetics, Indianapolis, Indiana*. The Bobbs-Merrill Company, Inc.

FISKE, JOHN.

1990. *Introduction To Communication Studies*. New York: Routledge.

HAUSKELLER, M.

2015. *Seni apa itu ? Posisi Estetika dari Platon sampai Danto*. Terj. Satya Graha dan Mibika J Wizesmann dari Michael Hauskeller, Was Ist Kunst? Positionen der Asthetik von Platon bis Danto). Jakarta: Kanisius.

JAENI.

2016. *Komunikasi Seni Konstruksi Sosial Budaya Melalui Pertunjukan Teater Kontemporer*. Bandung: Sunan Ambu Press.

LACEY, A.R.

1996. *A Dictionary of Philosophy*. Edisi Ketiga. London, New York: Routledge.

LÉVI-STRAUSS, C.

2005. *Mitos dan Makna Membongkar Kode-Kode Budaya*. Terj. LP Hok. Serpong: Marjin Kiri.

MULYANA, D.

2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.
Bandung: Rosda.

MULYANA, D.

2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.
Bandung: Rosdakarya.

SUPRIATNA, I.R.dkk.

2017. *Studio Tari, Karawitan dan Musik, Teater
dan Media Rekam dan Seni Rupa*.
Bandung: Pascasarjana STSI Bandung.

SUSANTO, M.

2004. *Menimbang Ruang Menata Rupa Wajah &
Tata Pameran Seni Rupa*. Tangerang:
Agromedia Pustaka.

WEST, R. dan LYNN H. T.

2008. *Pengantar Teori Komunikasi
Analisis dan Aplikasi*, penerjemah Maria
Natalia Damayanti Maer. Jakarta:
Salemba Humanika.

WINANGSIH, NINA.

2008. *Trend Perkembangan Ilmu Komunikasi
Masa depan Perspektif Pohon Komunikasi*
(diktat perkuliahan Doktoral Ilmu
Komunikasi UNPAD).

WISETROTOMO, S.

2020. *Kuratorial Hulu Hilir Ekosistem Seni*.
Yogyakarta: Nyala.