

Tribute to Junk Food: Sebuah Spirit Bermain, Tragedi, dan Kematian Jenaka

Bambang Asrini Wijanarko

bambangasriniwidjanarko@gmail.com

Universitas Jember

Abstrak

Tulisan ini membahas tentang karya *Tribute to Junk Food* yang dipamerkan di Pos Block, Pasar Baru, pada tanggal 14 – 23 Juni 2024. Ide yang baik akan muncul ketika dua energi pendorong bersatu yaitu *form drive* dan *sense drive*, yang menjadi *play drive*, energi kreatif dalam berkarya. “Kebahagiaan melucu” pada sebuah permainan kreatif dapat mentransmisi pesan-pesan, meski dengan bermain-main, yang kemudian bisa saja menggelisahkan secara sosial. Terjadi pembalikan image dalam karya ini, tempat tidur yang seharusnya menjadi tempat istirahat kemudian diubah menjadi kuburan. Perupa menyadari bahwa karya ini seharusnya tidak menyeramkan namun sebaliknya menjadi lebih friendly dengan memberikan kesempatan pengunjung untuk duduk di sisi tempat tidur dan berfoto.

Keywords: KFC, McD, drive, parodi, junk food, Friedrich Schiller, bermain

Pendahuluan

Charlie Chaplin once said, “life is a tragedy when seen in close-up, but comedy in long-shot”. Seniman Syakieb Sungkar melantunkan sebuah teater visual yang tragik namun jenaka di pameran Jakarta Provoke! pada bulan Juni 2024. Membawa kita pada suatu semangat bermain yang disampaikan sang seniman dengan imajinasinya tentang hasrat manusia menyantap lezatnya makanan junk food. Kemudian apresiasi diajak rebah di tempat tidur, ditemani seenggok tengkorak, yang bisa saja simbol kerangka seseorang yang di masa hidupnya terjangkau obesitas kemudian sakit diabetes dan berakhir menjemput kematian.

Sebuah karya seni berjudul *Tribute to Junk Food* dengan instalasi tempat tidur mewah plus renda-renda putih menghias di sekeliling, tak lupa patung berbahan resin serta tengkorak dan lukisan dalam satu lokasi sungguh membangun narasi seloroh parodikal yang unik. Instalasi itu mengonstruksi semangat mempermainkan dialog imajiner spasial tentang jasad tengkorak yang telentang tepat ditengah-tengah tempat tidur. Separuh paro-

di, sebab pada sisi kanan dan kirinya berbau sok-sosok patung gemoy yang mungkin sepertinya diharapkan sebagai “penjaga” bagi kerangka itu.

Seterusnya ada dua lukisan yang diolah sedemikian rupa dengan bentuk tubuh yang terdistorsi dan dibuat warna-warni. Dari kilasan warna maupun anatominya mengingatkan kita pada ikon yang terdapat pada gerai-gerai makanan cepat saji yang telah terdistribusi secara global. Jika kita amati, terlihat sebagian tubuh dari dua patung yang terlihat meleleh seolah lilin yang sedang mulai terbakar itu, figurnya tak lain dan tak bukan adalah Kolonel Sanders (KFC) dan Ronald Mc Donald (McD).

Play Drive dan Dua Energi Pendorong

Semangat bermain Syakieb Sungkar dalam karya ini dapat dijelaskan melalui pemikiran teoritikus budaya dan filsuf Jerman, Friedrich Schiller. Menimbang kondisi psikis alamiah manusia, sejatinya Syakieb memiliki dua energi pendorong dalam menelaah fenomena budaya konsumerisme yang kemudian dimanifestasikan dengan obyek-obyek pada karyanya. Yang pertama, *form drive*, yakni pemahaman tentang kapabilitas intelektual untuk mendata, mengurai tiap elemen tentang konsep-konsep secara matematis, tentang apa itu kriteria makanan yang higienis dan kapan akan dikonsumsi atau sama sekali dihindari, demikian pula menimbang materi-materi teknis serta meriset dengan detail yang terkait dengan jenis-jenis makanan cepat saji.

“Syakieb cukup kerap mengkonsumsi salad dan gado-gado serta berusaha menghindari makanan junk food untuk menghindari kegemukan, sakit dan kematian yang cepat. Menurutnya, orang memakan junk food itu karena adanya kecenderungan untuk memilih cara hidup yang serba cepat dan praktis. Sementara, makanan seperti gado-gado dan salad itu memerlukan waktu dalam pembuatannya”, ujar kurator pameran yang menjadi mitranya, Anna Sungkar.

Yang kemudian kita tak lupa, bahwa karya seni membutuhkan sesuatu yang tak logis, yang Schiller menyebut konsep ke dua, yakni *sense drive*,

sesuatu yang timbul naluriah dalam diri manusia. Syakieb memahami fenomena urban secara kritis, tak akan mengonsumsi makanan sembarangan, namun ia tak menampik, yang justru menjadi saksi mengapa orang-orang terpikat kelezatan makanan cepat saji sebagai emosi yang meletup secara agresif. Syakieb dalam pengalaman intim dirinya, yang dalam hal ini ia mengakuinya di sebuah diskusi di ruang pameran Pos Bloc, Jakarta Pusat.

merasakan totalitasnya dirinya menjadi utuh sebagai manusia, benar-benar merasakan sensasi sepenuhnya saat ia berkarya dengan cara bermain-main.

Serupa dengan Schiller, apa yang dikerjakan oleh Syakieb sejurus pula dengan tesis sejarawan dan pengamat kebudayaan dari Belanda, Johan Huizinga dalam *Homo Ludens*, atau Manusia yang Bermain, menyatakan bahwa sebuah kebermain-



■ Gambar 1 – Karya *Tribute to Junk Food* setinggi 5 m, pandangan depan, berukuran 6 X 8 m2.

“Saya merasakan saat Covid-19 tak banyak bergerak dan keluar rumah, masa dua tahun itu membuat saya banyak mengonsumsi makanan instan dan merasakan berat badan berlebih sebagai akibatnya, dan ini tanda bahaya, dari sanalah saya terinspirasi membuat karya seni tentang junk food”, kata Syakieb.

Dua energi pendorong ini kemudian bersatu – form drive dan sense drive -- yang menjadi energi kreatif sebagai disebut play drive dalam berkarya, dari sana Syakieb menemukan ide yang cerlang ketika mengeksekusi karya *Tribute to Junk Food*. Schiller sangat terang mengatakan bahwa manusia tak bisa meraih potensi terbesarnya tanpa dua kolaboratif energi pendorong tersebut. Maka, meminjam tesis Schiller yang disebut sebagai play drive, Syakieb

an bukanlah seremeh sebuah main-main dalam ajang suatu permainan. Sebenarnya, manusia pada saat mengonsentrasikan dirinya dengan “kebahagiaan melucu” pada sebuah permainan kreatif, taruhlah sebagai bentuk parodi dalam seni kontemporer, ia membentuk greget kekuatan wicara. Sang seniman mentransmisi pesan-pesan, yang bisa jadi ujaran tersebut meski bermain-main, kemudian menjadi serius, mengerucut pada tema-tema tertentu layaknya kisah separuh konyol namun menggelisahkan secara sosial.

Dari film awal abad ke-20 Charlie Chaplin sampai kepada karya-karya komikal Rowan Atkinson, yang kemudian tenar dengan Mr Bean-nya, kita merasakan ada sasaran kelucuan yang kemudian mem-

buat masyarakat terhibur, meski menysisakan luka yang tertunda. Tapi, sang seniman pencipta humor itu mengobatinya tanpa membuat marah siapapun. Charlie Caplin yang memparodikan Adolf Hitler maupun Mr Bean yang mengomedikan masyarakat "borjuis" Inggris, benar-benar sebuah komedi yang membuka borok-borok sosial.

Tragedi, hasrat kuasa dan konsumsi

Karya instalasi milik Syakieb seperti segugus seremoni visual untuk menggedor kembali makna tentang tragedi di dunia modern dan sihir kolektif gaya hidup. Menjejak ulang ruang-ruang urban yang serba cepat serta peliknya kerangkeng hasrat manusia mengonsumsi benda-benda sebagai sebuah keniscayaan. Gaya hidup menjadi lebih penting dari hidup itu sendiri, tak lagi milik golongan tertentu, namun telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari manusia kota dan yang berbeda hanya pada bentuk pemuasannya, bukan pada intensitasnya. Gejala hasrat dan ketidaksadaran kolektif manusia tentu saja diperolok oleh karya instalasi Syakieb, dengan memanggungkan sebuah tragedi "kengerian namun elok secara visual".



■ Gambar 2 – Penonton dapat duduk dan leleh-leleh sebagai cara mengalami karya seni.

Sebagai sebuah obyek, yakni tengkorak dan relasinya dengan imej-imej produk makanan cepat saji, yang menggugah justru kewarasan akal dan merasai betapa ringkih kita menjadi manusia. Syakieb bermain-main dalam kode-kode, menyatukan konsentrasi imajiner tak hanya pada "seke- dar keindahan benda-benda" tentang ikon konsum-

erisme. Karyanya menggoda kita, McD dan KFC menerbangkan imaji-imaji abstraktif bentuk-bentuk dan teks-teks terbuka atas lambang kesempurnaan kemasan adalah sesuatu paling didamba pada abad ini yang dipasarkan demi mengompori hasrat.

Ia menemani kita, menggiring ironi di sana, keindahan, kecantikan, idealisasi atau kesempurnaan adalah impian-impian yang mewujud sebagai perangkat libidinal manusia untuk tidak mengatakan cukup, tak menerima apa yang kita butuh, tapi meledakkan keinginan-keinginan berupa hasrat sebagai sebetuk kekuasaan mengonsumsi makanan yang tak terbatas. Nietzsche dan segudang cendekia Barat tak habis-habisnya mengeksplorasi tentang tak sekedar makna will to power, yakni kekuasaan untuk mengendalikan dirinya sebagai manusia bereksistensi. Namun, sebuah konstruk sosial tentang kekuasaan yang sengaja saling berelasi membangun dan dibangun melalui wacana dan disebar oleh dan untuk masyarakat modern dari sekelompok manusia yang memiliki aset kekuasaan lebih unggul dalam politik dan ekonomi.

Kelindan antara produsen junk food, gaya hidup global yang cenderung homogen dan mesin hasrat konsumen bertemu pun diselebrasikan bersama-sama. Cendekia Rene Girard, yang mengamini penuntasan hasrat manusia di abad siber ini sebagai sebuah keinginan subversif mendasar tiap manusia, yang disebutnya konsep keinginan Mimesis, bahwa kita tidak hanya meniru perilaku orang lain tetapi juga keinginan itu sendiri menjadi pokok pangkal. Bukan keinginan kita semata atas kemauan sang liyan, kita secara tak sadar menginginkan apa yang kita anggap juga diinginkan orang lain. Semacam hukum saling ketertarikan antar subyek, yang akan menarik juga pihak selanjutnya. Energi psikis manusia menduplikasi dan membayangkan hasrat sebagai fenomena internal antar subyek yang terwujud mengglobal dan memaksa.

Di sisi lain, ujaran kurator pameran, Anna Sungkar, patut direnungkan bahwa kekuasaan dalam konteks lain, secara laten digunakan sebagai sebuah strategi visual dari seniman Syakieb untuk memprovokasi apresiasi pameran agar berinteraksi secara intim dengan karya instalasi itu. Anna menyebut bahwa kisah tragik bisa mewujud dengan membuai bahkan elok dan dekat dengan keseharian hidup. Seperti katanya, "Terjadi pembalikan image dalam karya ini, tempat tidur yang seharusnya menjadi tempat istirahat kemudian diubahnya menjadi kuburan. Syakieb menyadari bahwa karya ini seharusnya tidak menyeramkan namun sebaliknya menjadi lebih friendly dengan memberikan kesempatan pengunjung untuk duduk di sisi tempat tidur dan berfoto".



■ Gambar 3 – Karya *Tribute to Junk Food*, pandangan samping.

Sejak awal, dimensi pop art merengkuh pengertian banalitas tak terbatas, melebih-lebihkan kekosongan rohani orang-orang modern selain menciptakan kritik dalam dirinya sendiri tentang pemberhalaan objek-objek budaya populer yang sejatinya remeh temeh. Di lain hal, gejala ini justru mereproduksi ledakan makna atas konsep abstraksi kemakmuran, kejayaan pun kemewahan dalam industri seni dunia.

Jeff Koons, seniman pop art paling ikonik dunia, dengan karya paling fenomenal *Balloon Dog*, secara eksplisit sengaja memanfaatkan kualitas material karyanya dengan menonjolkan berpendaranya pantulan lembut obyek minimalis yang menggembung, wujud balon

yang ringan, sembari memanggungkan rasa mewah konstruksi polychromed aluminum. “Karya saya sebenarnya artikulatif di permukaan, yang memiliki kemewahan visual, dan tatkala menyatakan tentang kemewahan visual, tak ada kata lain selain maksud untuk merayakan kegembiraan dari wujud atas sensualitas, refleksi, abstraksi, dan perubahan,” ujarnya dalam sebuah wawancara dengan majalah gaya hidup pada 2021.



■ Gambar 4 – Kurator pameran berdiri di samping lukisan “*Tribute to Junk Food – Mr. M*”, oil on canvas, 200 X 180 cm2

Pada tahun 2019, karya Koons, yakni *Rabbit* (1986), patung kelinci yang menggembung dengan tinggi satu meter terbuat dari baja tahan karat, terjual lebih dari 91 juta dolar di Balai Lelang Christie’s. Ia memecahkan rekor karya seniman yang masih hidup untuk dirinya sendiri, yang terjual di lelang mengalahkan rekor lukisan David Hockney pada 2018. Fenomena Koons sebagai misal, meneruskan warisan Warhol dan sederet pemuka Pop Art dari Barat yang memang sebuah keniscayaan tentang perayaan kegembiraan dari abstraksi-abstraksi fenomena urban, dengan menghiperbolikkan makna kesejahteraan dan kemajuan, serta kegembiraan yang semuanya bermuara pada kemewahan atas benda-benda.

Claes Oldenburg, seniman generasi Warhol yang tersisa di usia 93 tahun (wafat di tahun 2022), dalam wawancaranya dengan BBC mengakui karyanya terinspirasi benda-benda keseharian. Reporter BBC

itu mencatat, “seniman patung itu sendiri tak percaya akan ide-ide yang cenderung lugas bisa tercipta, ia memilih membuat patung-patung raksasa, tertarik untuk menciptakan ide-ide yang bermain-main sekaligus jenaka tetapi menyisakan tampilan teki-teki dan sedikit keseraman”.

Penutup

Sementara itu, Syakieb dalam pameran *Tribute to Junk Food* di Jakarta Provoke!, menyatakan pada penulis, “karya seni itu niscaya berelasi dengan industri, apre-



■ Gambar 5 – Patung *Mr M*.



■ Gambar 6 – Apresian berpose dengan patung Mr. K. Pop Art dan Kejenakaan Kematian

sian hadir di pameran kemudian tersentuh oleh ide dan gagasan seniman. Saya membebaskan pengalaman-pengalaman internal mereka menafsirkan karya. Jika seterusnya ingin memiliki dan membawa pulang karya adalah sebetulnya kebenaran personal yang diyakini oleh kolektor” katanya. Tak hendak menyandingkan pada para seniman dunia yang melegenda itu, tetapi jangan-jangan pernyataannya dalam wawancara, sebetulnya kritik visualnya di patung-patung gemoynya, lukisan-lukisan dan intalasinya yang secara parodikal dengan imbuhan kejenakaan tentang kematian adalah meminjam kreda dari tokoh-tokoh sejarah pop art dunia, karena ia terlalu banyak membaca. Anda para apresian dan kolektor seni yang lebih tahu kelak.

Daftar Pustaka

- Charlie Chaplin (1964). *My Autobiography*. New York: Simon & Schuster.
- Bentley, Susan M. (2009). *Friedrich Schiller's Play: A Theory of Human Nature*. Kentucky: University of Louisville.
- Girard, Rene (2023). *All Desire Is a Desire for Being*. New York: Random House.
- Huizinga, Johan (1998). *Homo Ludens. A Study of the Play-Element in Culture*. London: Taylor & Francis.
- Madoff, Steven Henry (2021). *Pop Art: A Critical History*. ed. Steven Henry. lux-mag.com/autumn-winter-2021-22-issue-jeff-koons
- Nietzsche, Friedrich (1913). *The Will to Power. An Attempted Transvaluation of All Values*. terj. Anthony M Ludovici. London: T.N. Foulis.
- nytimes.com/2022/07/18/arts/claes-oldenburg-dead
theguardian.com/artanddesign/koons
www.bbc.com/news