

## ESTETISISME SENI DAN BUDAYA MASSA: MENYOAL MATINYA HARMONIUM ANTARA 'MOMENT OF TRUTH' DAN 'MOMENT OF BEAUTY'<sup>1</sup>

Kasiyan, M.Hum.

Dosen Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta

### Abstrak

Realitas eksistensi seni dan budaya massa di saat ini, jika disimakcermati secara jernih adalah realitas yang paradoks. Di satu sisi, eksistensinya—terutama dari perspektif akademik—tak pernah jauh beringsut sebagai realitas *second culture* sebagaimana yang terjadi di awal kelahirannya. Sedangkan di sisi yang lain, seiring perkembangan revolusi teknologi informasi, keberadaan seni dan budaya massa telah mampu menjangkau masyarakat yang sangat luas, bahkan akhirnya menjadi sebetuk realitas yang tak dapat terhindari. Persoalan kemudian adalah, di samping manfaat positifnya, kecenderungan semakin mengguritanya seni dan budaya massa yang ada di zaman modern ini, ternyata juga membawa dampak negatif yang cukup besar bagi masyarakat, di antaranya yang amat menonjol adalah dua hal, yakni pelembagaan spirit dehumanisasi dan budaya kematian (*necroculture*) di ruang publik. Dari perspektif semiotis, fenomena ini lebih disebabkan, oleh realitas estetika budaya massa di era ini, telah mengalami penafikan dan pensekulerisasian dua substansi ruh estetis yang dimilikinya, yakni antara ruh keindahan (*beauty*) dan ruh kebenaran (*truth*). Jika kedua substansi harmonium ruh seni ini tercerabut mati, maka pelembagaan 'anarkhisme estetik' menjadi merajai, dan ujung-ujungnya menjadi medan semaian subur bagi anarkhisme budaya dan sosial itu sendiri.

### Pengantar

Mendiskusikan perihal keberadaan seni dan budaya massa di saat ini, pada hakikatnya adalah berbincang tentang sebuah paradoks yang besar. Betapa tidak, eksistensi fenomena seni dan budaya massa sampai di saat ini, terutama dari perspektif akademik, paradigmanya mungkin relatif tetap dianggap tak ubahnya, 'kersik pada karang' atau 'lumut pada lokan'—meminjam larik lirisnya Goenawan

---

<sup>1</sup> Tulisan ini Dimuat di Jurnal *Seni Rupa*, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, Vol. 2, Desember 2005.

mohammad dalam *Interlude*, (1973)—hingga maknanya tak pernah jauh beringsut sebagai realitas *second culture*—sebagaimana risalah yang terjadi di awal kelahirannya—yang senantiasa dianggap sebagai sesuatu yang ‘sia-sia’. Padahal di sisi lain, seiring dengan semakin mengguritanya fenomena industrialisasi budaya, baik disadari maupun tidak, serta baik disukai maupun tidak, risalah seni dan budaya massa telah mengukuhkan dirinya menjadi keniscayaan bagian kesadaran kolektif masyarakat dalam jangkauan yang sangat luas, dan bahkan berkat dukungan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang terjadi di saat ini, hampir tidak ada secuil pun sudut kebudayaan yang luput dari pengaruhnya.

Perihal femonena tingkat keberterimaan kajian seni dan budaya massa terutama di lingkungan kajian akademik, yang tetap rendah tersebut, di antaranya lebih disebabkan oleh masih dominannya model kerangka berfikir dikotomis-strukturalistik yang tidak adil dalam tradisi keilmuan seni kita, yakni antara konsepsi ‘*avant garde*’ sebagai *high culture* di satu sisi, serta ‘*mass culture*’ sebagai *low culture* di sisi yang lainnya. Seni yang termasuk dalam bingkai *avant garde* ini misalnya, adalah seni ‘mayor’, seperti lukisan, patung, dan grafis, dan lain sebagainya. Karena dianggap sebagai arus utama dan penting, maka konsekuensinya adalah selalu dianakemaskan, menjadi kajian terpenting dalam ilmu seni rupa. Sedangkan di satu sisi lain, seni yang termasuk dalam kategori ‘*mass culture*’, adalah desain komunikasi visual dan seni-seni publik lainnya, dianggap tidak begitu berarti dalam kesadaran disiplin akademik seni.

Dalam kesempatan ini tentu, fokusnya tidak hendak memperdebatkan eksistensinya masing-masing, dalam bingkai dikotomis yang sebenarnya sudah amat klasik tersebut, melainkan lebih tertarik pada sebuah persoalan, yakni bagaimana realitas budaya massa tersebut mesti mendapatkan penyikapan—terutama di wilayah akademik—secara komprehensif, sehingga kecenderungan potensi dampak negatif dari semakin mengguritanya keberadaan seni dan budaya massa tersebut di masyarakat, dapat diupayakan kemungkinannya. Beberapa buliran pokok pikiran dalam tulisan ini hendak mengambil optik posisi yang demikian.

### Terminologi Seni dan Budaya Massa

Dalam studi ilmu sosial, khususnya studi kebudayaan, masalah budaya massa telah sejak lama mendapat perhatian para ahli. Budaya massa ini merupakan suatu fenomena kultural yang tak terpisahkan dengan masyarakat urban perkotaan (*urban society*), yang pada era modern ini berkembang pesat dan penuh dengan nuansa kontroversi. Budaya ini sejarahnya mempunyai kaitan yang tak terpisahkan dengan industrialisasi, urbanisasi, komunikasi massa. Sedemikian erat hubungan antara komponen tersebut, sehingga sulit budaya massa tumbuh dalam suatu masyarakat yang tidak didukung oleh komponen-komponen tersebut.<sup>2</sup>

Jary dan Jary dalam *Collins Dictionary of Sociology*, memberi batasan bahwa budaya massa (*mass culture*) adalah produk-produk budaya yang relatif terstandarisasi dan homogen, baik berupa barang-barang maupun jasa, dan pengalaman-pengalaman kultural, yang berasosiasi kepadanya, yang dirancang untuk merangsang kelompok terbesar (massa) dari populasi masyarakat.<sup>3</sup> Oleh karena budaya massa adalah budaya yang sangat populer di kalangan masyarakat banyak (dunia), maka realitas yang diacu oleh term budaya massa juga seringkali disebut sebagai ‘budaya populer’. Pemahaman ini sejalan dengan pendapat John Fiske, yakni bahwa kata ‘populer’ itu sendiri memiliki arti lain di samping ‘rakyat’, juga bisa berarti ‘disukai banyak orang’, dan tentunya budaya massa disukai—atau paling tidak sangat ditolerir—oleh banyak orang.<sup>4</sup>

Dari perpektif historis, budaya massa merupakan suatu istilah untuk hasil budaya yang muncul, seiring dengan berkembangnya masyarakat perkotaan dan masyarakat industri. Ia merupakan budaya yang bersifat komersial, memberikan hiburan, modern, tidak rumit, serta mempunyai *audience* yang luas, yakni masyarakat massa. Karenanya, meunut Yvan Lamonde dalam *A History of Mass Culture and*

---

<sup>2</sup> Periksa Muhammad A. S. Hikam, “Sebuah Tinjauan terhadap Teori-Teori Kebudayaan Massa dan Penerapannya di Indonesia”. *Jurnal Masyarakat Indonesia*, Tahun Ke-X, (No. 1, 1983): 1.

<sup>3</sup> David Jary dan Julia Jary, *Collins Dictionary of Sociology* (Glasgow: Harper Collins Publisher, 1991).

<sup>4</sup> Periksa John Fiske, *Understanding Popular Culture* (London: Unwin Hyman, 1989), 43.

*Media* (1982), ia jelas amat dibedakan dengan produk budaya masyarakat pedesaan maupun masyarakat perkotaan pra-industri yang merupakan pendukung dari apa yang disebut ‘kebudayaan luhur’.<sup>5</sup> Sebagai suatu kebudayaan yang bersifat komersial, budaya massa berkelindan erat dengan mekanisme pasar, konsumsi massa, dan juga media massa. Sejalan dengan pendapat Laswell dalam *The Structure and Function of Communication in Society* (1947), bahwa salah satu fungsi media massa adalah ‘*transmission of culture*’<sup>6</sup>, maka watak budaya massa, kata Everette Dennis dalam *The Media Society* (1978) bersifat komersial dan populer dengan produk yang massal.<sup>7</sup> Akhirnya fenomena kebudayaan massa telah begitu hebatnya merasuki kehidupan masyarakat, dan pada gilirannya juga melakukan intervensi terhadap kehidupan kebudayaan lain di luarnya.

Sedangkan khusus terkait dengan kehadiran budaya massa dalam bidang seni (terutama seni rupa) misalnya, kaukus kajian awalnya terkait dengan sebuah momen gerakan para seniman muda di Barat—terutama Inggris—pada sekitar periode tahun 1950 dan 1960-an, sebagai bagian dari upaya untuk menolak konsep hegemoni elitis yang terjadi pada seni abstrak pada masa itu. Dalam catatan di *Webster’s New World Encyclopedia* disebutkan:

*Pop art movement of young artist in the mid – 1950 and 1960, reacting against the elitism of abstract art. Pop art used popular imagery drawn from advertising, comic strips, film and television. It originated in Britain 1956 with Richard Hamilton, Peter Blake (1932), and others, and brought though in US with the paintings of flags and number by Jasper Johns 1958 and Andy Warhol’s first series of soup cans 1962.*<sup>8</sup>

Secara garis besar perhatian orang terhadap budaya massa, umumnya tertuju pada tiga hal utama. Pertama, daya tariknya yang demikian besar yang sanggup

---

<sup>5</sup> Hikam, “Sebuah Tinjauan terhadap Teori-teori Kebudayaan Massa dan Penerapannya di Indonesia”. *Jurnal Masyarakat Indonesia*, Tahun Ke-X, (No. 1, 1983), 2.

<sup>6</sup> Dedy Djameluddin Malik, “Dampak Kultural Media Massa Perlu Sikap Kritis Masyarakat”, dalam Idi Subandy Ibrahim dan Djameluddin Malik, (ed.), *Hegemoni Budaya* (Yogyakarta: Benteng, 1997), 140.

<sup>7</sup> Malik, 140.

<sup>8</sup> *Webster’s New World Encyclopedia*. The New Standard in Single-Volume, Ninth Edition (New York: The Random Century Group Limited and Simon and Schuster Inc., 1992), 987.

bukan hanya menjangkau kalangan terbatas dari sebuah kelompok massa dalam sebuah masyarakat, melainkan jauh menembus hampir seluruh batas, baik fisik maupun mental masyarakat-masyarakat manusia di seluruh dunia. Ia telah menjadi budaya dengan jangkauan ruang yang global. Kedua, berhubungan dengan yang pertama, kekuatan massif yang dimiliki budaya massa untuk menjangkau jumlah massa yang begitu besar, pada gilirannya menarik perhatian sejumlah orang untuk mengetahui pengaruh positif dan negatif yang diakibatkannya. Ketiga, selain soal daya tarik dan pengaruh budaya massa, perhatian orang juga akan tertuju pada medium yang sanggup menyebarkan budaya massa tersebut ke seluruh dunia tersebut, hingga ia nampaknya cenderung lepas dari pelbagai kritik tajam para penentangannya, dan diterima sebagai sebuah budaya dunia yang baru.<sup>9</sup> Realitas ini kiranya merupakan sesuatu yang menarik untuk coba dikaji.

### **Pelebagaan Manipulasi, Dehumanisasi, dan *Necrophily***

Terkait dengan media dan budaya massa ini, persoalan kemudian segera muncul, yakni ketika di samping terdapat manfaat positif dari kehadirannya, yang di antaranya adalah semakin tumbuhnya demokratisasi kultural di masyarakat—yang ditandai dengan semakin pudarnya dikotomi oposisi biner yang absurd antara ‘budaya tinggi’ dan ‘budaya rendah’—namun pada dimensi lain, tampaknya dampak negatif yang menyertainya juga tidak kalah besarnya di masyarakat. Untuk menunjuk hal negatif sebagaimana dimaksud, kiranya dapat ditelisik dari sajian seni dan budaya yang terepresentasi di media massa, baik cetak—majalah, tabloid, surat kabar maupun elektronik, terutama televisi—yang ternyata perwujudan estetikanya sarat dengan muatan pelebagaan nilai-nilai destruktif. Destruktifitas nilai-nilai yang diusung dan cukup dominan, paling tidak terkait dengan tiga hal utama, yakni pertama, manipulasi, kedua pelebagaan spirit dehumanisasi—terutama yang menimpa perempuan—dan ketiga pelebagaan budaya kematian (*necroculture*).

---

<sup>9</sup> Hikmat Budiman, *Lubang Hitam Kebudayaan* (Yogyakarta: Kanisius, 2002), 53.

Pertama, perihal destruktifitas seni dan budaya massa yang terkait dengan dehumanisasi perempuan, dapat dengan mudah diverifikasi pada hampir semua produk seni dan budaya massa, baik melalui media cetak maupun elektronik. Taruhlah simplisitas persoalan ini dikerangkakan dalam satu contoh fenomena keberadaan iklan—sebagai salah satu produk seni dan budaya massa yang paling menguasai di era kapitalisme ini—baik di media massa cetak atau pun elektronik misalnya, maka verifikasi akan kecenderungan makna negatif terhadapnya sebagaimana dimaksud akan semakin mudah tertemukenali. Bukankah representasi estetika bahasa iklan, untuk kepentingan menebarkan jejaring politik bujuk rayu manipulatifnya, hampir semuanya menggunakan ikon penanda berupa perempuan, terutama pada daya tarik seksualitasnya. Dalam representasi iklan di media massa, betapa kita melihat bahwa setiap potensi *micro desire* yang ada pada tubuh dan organ vital diri perempuan—mulai dari dada, pinggul, betis, serta semua lekuk tubuhnya yang menarik—dimanipulasi serta dieksploitasi sedemikian rupa, sehingga menjadi tanda bagi proyek komoditas.<sup>10</sup> Di sinilah para kapitalis—melalui estetika iklan—akhirnya mengejawantahkan dirinya menjadi seperti sesosok ‘mucikari’, dengan menggunakan segala cara untuk mengkomersialkan setiap rangsangan libido publik, demi mendapatkan nilai tambah yang sebesar-besarnya secara ekonomis. Karenanya tidak salah, jika Jean François Lyotard mengecamnya, dengan mengungkapkan bahwa mereka telah mengeksploitasi kegairahan tanpa batas, yang pada akhirnya, apa pun produk yang diiklankan di media massa, yang sebenarnya tidak ada

---

<sup>10</sup> Penggunaan objek perempuan dalam iklan tersebut, mungkin masih dapat ditolerir dalam bingkai kesadaran individu maupun kultural, jika misalnya produk yang diiklankan itu memang masih terkait langsung dengan kebutuhan khas atau spesifik yang dibutuhkan perempuan, misalnya pakaian dalam perempuan, pembalut, serta serangkaian kosmetik. Namun, ternyata penggunaan objek figur perempuan tersebut, hampir terjadi pada semua produk industrial, meskipun produk tersebut sebenarnya tidak ada kaitannya sama sekali dengan eksistensi perempuan. Oleh karena itu logika dan kesadaran kita menjadi *buntu* (macet) sama sekali, jika menyimak serta memahami fenomena tersebut. Misalnya, bagaimana kita dapat memahami hubungan antara produk mobil dengan perempuan muda, mulus, montok, dan menggairahkan. Mungkin produsen mobil tersebut mengharap produknya akan laris luar biasa di pasaran atau masyarakat, karena orang yang membeli dan menaiki mobil itu akan membayangkan sebagaimana membeli (‘menaiki’) perempuan yang menggairahkan tersebut. Inilah akumulasi totalitas absurd antara logika, imaginasi, serta estetika libidinal dalam era industrial.

hubungannya sama sekali dengan wilayah seks, akhirnya dipaksa harus diseksualkan.<sup>11</sup> Demikian juga halnya dengan representasi ekspresi jenis produk seni dan budaya massa lainnya, terutama yang tersaji melalui media massa elektronik televisi, seperti film, sinetron, musik, infotainment, maupun beritanya, nyaris tiada menyisakan aura pencerahan kultural sedikit pun di dalamnya, terutama pada wilayah dehumanisasi perempuan.

Karenanya, jika dianalisis secara semiotis, konsepsi seks dan tubuh perempuan yang tereksplorasi dalam estetika seni dan budaya massa tersebut, akhirnya telah berlaku absurditas logika ‘semiotika-libidonomik’. Contohnya adalah: produk menantang, maknanya sama dengan tubuh menantanginya seorang gadis cantik dan muda; produk sensual, maknanya sama dengan sensualnya organ-organ vital perempuan yang cantik, seksi, dan muda, yang semuanya itu serba dan selalu mengkonotasikan hasrat libido yang sangat menggoda (*seduction*), menyenangkan dan menggairahkan (*pleasure and desire*). Komodifikasi nafsu libido inilah, yang mengakibatkan keberadaan perempuan sebagai sesosok insani, menjadi apa yang diistilahkan Foucault sebagai realitas ‘*the death of the subject*’.<sup>12</sup> Artinya, perempuan sebagai subjek telah mati, karena dieksploitasi oleh ideologi pasar.<sup>13</sup>

Kedua, pelembagaan spirit budaya kematian (*necroculture*), juga satu hal yang tak kalah dominan dan memperhatikan dalam representasi estetika produk seni dan budaya massa di masyarakat. Istilah *necroculture* atau istilah lainnya adalah *necrophilia*, secara harfiah berarti ‘budaya kematian’. Istilah ini dipakai pertama kali oleh Roland Barthes dalam bukunya *Camera Lucida* (1981), untuk menunjuk gejala dalam media, di mana kematian, dengan segala bentuknya dihadirkan.<sup>14</sup> Bahkan

<sup>11</sup> Dalam Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme* (Bandung: Mizan, 1998), 98.

<sup>12</sup> Michel Foucault, *The History of Sexuality* (1990)

<sup>13</sup> Karlina Leksono-Supeli, “Perempuan dalam Dimensi Bahasa”, dalam Ibarhim dan Hanif Suranto, (ed.), *Wanita dan Gender: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1988).

<sup>14</sup> St. Sunardi, “Gejala Nekrokultura (Budaya Kematian) dalam Foto Media”, dalam *Semiotika Negativa* (Yogyakarta: Kanal, 2002), 224.

kehadiran spirit kematian tersebut dalam kesadaran media massa ini, sengaja diformat dengan segala antusiasme kegairahan yang memuncak, sehingga menghadirkan *rating* tayangan yang sangat tinggi. Karenanya dalam perpepektif *necrophilia* dalam media tersebut, kematian dalam kehidupan sudah kehilangan referensi sakral vertikalnya, dan yang tersisa hanyalah tinggal nilai eksotika (absurd-paranoid) yang bahkan dianggap berkilau-kilau di dalamnya. Segala bentuk tayangan, seperti kekerasan massa, pembunuhan, kematian, serta penjelajahan alam gaib yang menghadirkan makhluk-makhluk halus—baik yang benar-benar terjadi di lapangan, maupun hanya sebatas di dunia fiksi lewat cerita-cerita film atau sinetron—semua itu termasuk dalam kategori sajian *necrophilia*.

Pelembagaan *necrophilia* dalam seni dan budaya massa ini—apalagi melalui kecanggihan mediasi seperti dizaman revolusi teknologi informasi ini, hingga mampu manjangkau khalayak secara massif dan luas—dalam jangka panjang dan perlahan, akhirnya dapat membentuk dan mengkonstruksi tragika kesadaran sosial, yakni bahwa yang namanya ‘budaya kematian’—dengan segala ekspresi variannya itu—adalah satu hal yang tidak lagi perlu dan penting untuk dipersoalkan. Contoh yang amat transparan dan memperhatikan adalah, betapa masyarakat luas, ketika hari-harinya dipenuhi sesaki dengan tayangan-tayangan kekerasan, berita kematian, dan beribu-ribu bahkan berjuta-juta ‘estetika tragedi’ di media massa, ujung-ujungnya adalah bukannya masyarakat menjadi semakin *sensible* dan empati terhadap teks tragedi, melainkan justru sebaliknya, menjadi ‘mati rasa’ karena telanjur sudah amat terbiasa. Masyarakat sudah kehilangan naluri getaran rasa, jiwa, dan sukma terhalusnya, akibat gempuran stereotip estetika tragedi yang diparadekan dalam hari-hari, dalam bingkai representasi seni dan budaya massa ini.

Berdasarkan kenyataan inilah, maka sebenarnya secara terminologis telah terjadi pergeseran pola relasi secara amat mendasar antara ‘bahasa’ di satu sisi dengan ‘realitas’ di sisi lainnya, dalam masyarakat kontemporer sekarang. Pola pergeseran itu adalah, kalau dulu ‘bahasa itu’ adalah semata-mata sebagai cermin atas ‘realitas’, akan tetapi kini cenderung menjadi sebaliknya, yakni ‘bahasa’-lah



yang kini justru membentuk atau mengkonstruksi ‘realitas’. Hal ini disebabkan, karena dalam studi termutakhir ditemukan bahwa di dalam ‘bahasa’ itu ternyata tersembunyi apa yang dinamakan dengan ‘ideologi’. “*Ideology is inherent within language*”, demikian dalam kata-kata Stephens.<sup>15</sup> Bahkan jauh-jauh hari, Martin Heidegger juga pernah mengingatkan pentingnya untuk memahami, bahwa dalam bahasa itu bersemayam ‘sang ada’.<sup>16</sup> Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, terminologi ideologi yang hendak dibangun dalam fenomena *necrocultura* ini, jelas amat berlawanan dengan spirit idealitas setiap kehadiran seni dan budaya secara filosofis, yakni mestinya mampu mengembangkan spirit nilai-nilai yang sifatnya menghidupi (*biophilia*).

### **Matinya Harmonium Roh Seni: Antara *Moment of Truth* dan *Moment of Beauty***

Problem pelembagaan dehumanisasi dan *necrophilia* dalam kecenderungan representasi estetika seni dan budaya massa sebagaimana dimaksud, jika ditelaah dengan optik semiotika, menjadi realitas yang absurd juga. Yakni ternyata segala sistem tanda representasi yang dibangunnya, baik itu tanda di tingkat wilayah sebagai penanda (*signifier*) maupun sebagai patandanya (*signified*), telah mengalami pengingkaran serta penafikan substansi ruh estetikanya yang amat luar biasa. Dalam perspektif filosofis, nilai atau ruh estetika yang dimaksud dalam hal ini adalah gabungan harmoni yang tak dapat dipisahkan antara makna ruh ‘keindahan’ (*beauty*) di satu sisi, serta ruh ‘kebenaran’ (*truth*) di sisi lainnya. Harmonium jalinan antara ‘*moment of truth*’ dan ‘*moment of beauty*’ secara utuh inilah, selalu digairahkan menghidupi estetika seni dan budaya, semenjak gagasan perihal seni itu pertama kali dilahirkan.

---

<sup>15</sup> John Stephens, *Language and Ideology in Children’s Fiction* (London: Longman, 1992).

<sup>16</sup> Konsep tersebut terdapat dalam salah satu karya penting Martin Heidegger yang berjudul *Sein and Zeit* (1927). Periksa Bagoes P. Wiryomartono, “Seni sebagai Kebenaran Berada ke dalam Karya: Heidegger”, dalam *Pijar-pijar Penyingkap Rasa: Sebuah Wacana Seni dan Keindahan dari Plato sampai Derrida* (Jakarta: Gramedia, 2001), 67-68.

Meskipun memang semenjak awal riwayat kehadirannya, makna konsep keindahan (estetika) karya seni itu secara filosofis, juga sudah menyimpan sisi ketaksaannya, sebagaimana diungkapkan oleh Harold H. Titus dalam buku *Living Issues in Philosophy: An Introductory Textbook* (1953), berikut.

*Definitions of beauty are many and varied. They include such phrases as, 'beauty is truth', 'the expression of an ideal', 'an assemblage of properties satisfying the aesthetic sense', 'harmony in diversity', and 'intrinsic quality of things themselves'. In narrow sense, the term beauty may be used to refer only to that which is pleasing to the eye and ear. In a broader sense, it may be used to include the sublim, the tragic, and the comic, as well as all aesthetic appreciations'.<sup>17</sup>*

Namun, di antara sekian ketaksaan pemaknaan konsepsi filsafat keindahan dalam karya seni—apa pun jenis dan bentuknya—ternyata terdapat nilai-nilai universal yang dapat 'diamini' bersama, yakni bahwa yang namanya keindahan itu tidak dapat terpisahkan dari aspek-aspek lain, yakni 'kebaikan' dan 'kebenaran' dalam sistem kehidupan sosial budaya manusia secara utuh. Pemahaman tersebut, paling tidak dapat dirunut berdasarkan riwayat istilah estetika itu sendiri yang berasal dari akar kata 'beauty' (Inggris), 'beau' (Perancis), 'bello' (Italia dan Spanyol). Kata-kata itu juga berasal dari kata Latin 'bellum' dan akar katanya adalah 'bonum' yang berarti kebaikan. 'Bonum' kemudian mempunyai bentuk pengecilan 'bonellum' dan ini terakhir dipendekkan sehingga ditulis 'bellum'. Jadi makna 'beauty' (keindahan) berkaitan dengan pengertian 'kebaikan' atau 'kebenaran'.<sup>18</sup> Konsep tersebut kemudian juga pernah ditegaskan oleh William S. Sahakian, dalam buku *System Ethics and Value Theory* (1968), yakni bahwa, "The aesthetic soul, who loves truth and pursues the good" (jiwa estetis adalah yang mencintai kebenaran dan mengejar hal yang baik).<sup>19</sup> Demikian juga halnya dengan kata-kata George Santayana dalam buku *The Sense of Beauty* (1961), bahwa "The beauty is truth, that it is the expression of the

---

<sup>17</sup> Dalam The Liang Gie, *Filsafat Keindahan* (Yogyakarta: Pusat Belajar Ilmu Berguna, 1997), 16.

<sup>18</sup> Gie, 17.

<sup>19</sup> Gie, 111.

*ideal, the symbol of divine perfection, and the sensible manifestation of the good*'.<sup>20</sup> Oleh karena itulah, keberadaan seni di masyarakat dan dalam konteks kehidupan bersama itu, sebenarnya merupakan sesuatu yang penting, yang sebagaimana disampaikan oleh George Thomas White Patrick *Introduction to Philosophy* (tanpa tahun) sebagai berikut.

*Arts is a social phenomenon springing from the creative impulse in the mind of the artist, an impulse to give expression in creative form to some profound emotion or great thought, which he wishes to share with other members of his group or with all mankind.*<sup>21</sup>

Pemahaman akan makna estetika yang mestinya sejalan dengan gairah nilai-nilai kebaikan dan kebenaran yang melekat dalam diri jiwa manusia tersebut, jika dirunut secara historis, ternyata telah mempunyai riwayat yang sangat panjang. Di zaman peradaban Yunani Klasik misalnya, Plato dalam *Dialog Ion* sudah jauh-jauh hari telah meretas peletakan dasar-dasar pemahaman yang demikian. Ia menegaskan bahwa yang dinamakan dengan keindahan itu, tidak dalam arti semata-mata kenikmatan sensasi atau kenyamanan, namun lebih pada pengertian terciptanya dan terbinanya sesuatu dalam jalinan selaras, yang mengatasi segala bentuk dan aksi kekerasan [estetik] dalam sistem produksi maupun penampilannya.<sup>22</sup> Penampilan adalah *idea* atau *eidos* yang mengikuti prinsip-prinsip hakiki berangkat dari kesempurnaan. *Idea* atau *eidos* bagi Plato adalah ada/berada, yang indikasinya diperlihatkan dengan keesaan, persetubuhan, dan kesempurnaan. Oleh karena itu, seni yang menghasilkan keindahan adalah kebenaran ada/berada itu sendiri. Karya

---

<sup>20</sup> Dalam Mudjahirin Thohir, "Sedikit tentang Estetika Seni", dalam *Basis* (Juni, 1981): 284.

<sup>21</sup> Dalam Thohir, 284.

<sup>22</sup> Plato memaknai dan mengidealkan representasi keindahan karya seni itu sebagai '*idea*' atau '*ideos*' yang mengikuti prinsip-prinsip hakiki 'kesempurnaan', dan menolak dorongan yang *acquisitive* (tamak) dalam berkarya seni. Hal ini disebabkan, dorongan yang *acquisitive* dari berkarya umumnya menghasilkan imitasi yang sumbernya bukan 'keilahian' [idea], tetapi ke-'aku'-an manusia yang diwakili oleh keinginannya dalam menguasai keduniaan. Dalam hal ini, Plato tidak menyangkal pentingnya kenikmatan (*pleasure* atau *delight*), akan tetapi karya seni sejati tidak hanya dinilai semata-mata oleh unsur *pleasure*, sebab antara keindahan dan kebenaran itu adalah satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, seni yang menghasilkan keindahan adalah kebenaran ada/berada itu sendiri. Seperti dikutip oleh Wiryomartono, "Seni sebagai Mimesis: Plato", 9-10, 12.

seni merupakan tiruan dalam rangka menghadirkan kebenaran ada/berada dalam wilayah yang sengaja dibuat manusia sebagai pertunjukan.<sup>23</sup> Pandangan filsafat seni yang demikian, dalam perkembangannya kemudian semakin dikukuhkan lagi, misalnya oleh Heidegger, dengan mengungkapkan bahwa keindahan dan kebenaran itu, bukanlah hal yang terpisah dan dapat dipisahkan. Keindahan dan kebenaran itu berada dalam fenomena berkumpul dan terkumpul, yang bebas dari segala bentuk dan tindakan kekerasan [estetik].<sup>24</sup>

Berangkat dari terminologi itulah, maka representasi estetis dari produk seni atau budaya yang baik itu, haruslah merupakan jalinan harmonium yang solid antara ‘*moment of beauty*’ di satu sisi, dengan dengan ‘*moment of truth*’ di sisi lainnya sebagaimana dimaksud. Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam terminologi filosofis dari kehadiran seni dan budaya itu sendiri, yakni merupakan kegiatan yang terjadi oleh proses ‘cipta, rasa, dan karsa’, yang banyak bersinggungan dengan ranah lingkungan serta budaya masyarakat.<sup>25</sup> Oleh karena itu, seniman dalam kehidupannya sebagai pencipta, penyaji, dan ahli seni—yang mampu mendudukkan antara cipta, rasa, dan karsa dalam format *equilibrium* tersebut—secara klasik posisinya kerap disejajarkan dengan para agamawan dan golongan cendekiawan. Karena, ketiga golongan ini mampu melihat jagad raya dalam kebersatuannya: “langit di luar sana, langit di dalam, bersatu dalam jiwa”.<sup>26</sup> Untuk sekedar memberikan gambaran yang representatif perihal eksistensi seni budaya berikut kehidupan senimannya yang masih relatif dipayungi dengan harmonium paduan antara spirit keindahan dan kebenaran, di antaranya adalah dapat ditemukannya dari kehidupan berkesenian para seniman Bali, yang mana di dalam proses berkarya selalu berpedoman pada suatu sikap hidup yang dinamakan dengan konsepsi ‘keseimbangan’, di antaranya adalah berupa konsep: ‘*dharma*’, ‘*rwa bhineda*’, ‘*tri hita*

---

<sup>23</sup> Periksa Bagoes P. Wiryomartono, “Seni sebagai Mimesis: Plato”, 9-10.

<sup>24</sup> Wiryomartono, 72.

<sup>25</sup> But Muchtar dan R.M. Soedarsono, *Pendidikan Seni Indonesia* (Jakarta: Konsorsium Seni, 1985), 1.

<sup>26</sup> Dick Hartoko, *Golongan Cendekiawan: Mereka yang Berumah di Atas Angin* (Jakarta: Gramedia, 1980), iii.

*karana*, serta *'karma pala'*.<sup>27</sup> Konsepsi *'dharma'* menunjuk pengertian keseimbangan hidup manusia yang berfalsafahkan *'mokshartam jagadditaya ca iti dharma'*, yakni keberadaan di dunia ini memiliki dharmanya masing-masing, untuk mencapai kesempurnaan hidup. *'Rwa bhineda'* merupakan konsepsi yang menggambarkan keseimbangan hidup manusia dalam sisi dualistis, baik-buruk, *kaja-kelod, sengkalaniskala*. *'Tri hita karana'* menunjuk pada konsepsi keselarasan serta kebahagiaan hidup yang mencakup dimensi *Sang Hyang* (Tuhan), *parwongan* (manusia), serta *palemahan* (lingkungan). Sedangkan *karmapala* adalah konsepsi hukum sebab akibat, yang mesti dijadikan pedoman dalam setiap sikap dan perbuatan.<sup>28</sup>

Dengan demikian, dalam posisinya sebagai pencipta, penyaji, dan ahli seni, seniman dapat berperan untuk “memelihara keseimbangan dan meningkatkan kualitas hidup manusia itu sendiri”<sup>29</sup>, baik itu terkait dengan lingkungan material, sosial, dan simbolik. Menurut Kuntowijoyo, lingkungan material bukanlah ekosistem, namun lebih dimaknai sebagai lingkungan buatan manusia seperti rumah, tempat tinggal, tempat ibadah, peralatan-peralatan, dan produk budaya lainnya, sedangkan lingkungan sosial adalah organisasi sosial, stratifikasi dan gaya hidup, dan lingkungan simbolik adalah segala sesuatu yang meliputi makna dan komunikasi, seperti bahasa, seni, tingkah laku, dan konsep-konsep.<sup>30</sup>

Jika dalam perkembangan termutakhirnya ternyata terjadi kontestasi dan bahkan pengingkaran besar atas harmonium antara nilai keindahan dan nilai kebenaran di antara elemen-elemen yang ada tersebut—sebagaimana kecenderungan representasi seni dan budaya massa sebagaimana disebutkan di atas— maka ekspresi seni dan budaya tersebut, sebenarnya telah mengalami apa yang dinamakan dengan ‘kebangkrutan estetika’ atau bahasa ilmiahnya adalah ‘estetisisme’. Konsep ‘estetisisme’ secara sederhana dapat dimaknai sebagai cara

---

<sup>27</sup> I Made Bandem, “Peranan Seniman dalam Masyarakat”, dalam *Konggres Kebudayaan 1991: Warisan Budaya, Penyaringan dan Pemeliharaan* (Jakarta: Depdikbud, Dirjen Sejarah dan Nilai Tradisional, Proyek Penelitian Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya, 1992), 274.

<sup>28</sup> Bandem, 275.

<sup>29</sup> Bandem, 275.

<sup>30</sup> Kuntowijoyo, *Budaya dan Masyarakat* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1999), 6.

pengekspresian karya-karya seni yang sifat-sifat estetisnya terpisah, bahkan tercerabut dari nilai-nilai yang baik, sejati, dan kudus, etika dan moral.<sup>31</sup>

Dari optik pandang historis, konsep estetisisme ini, menurut Gene H. Bell-Villada, awal mulanya muncul dalam diskursus kesenian dalam arti yang luas, terkait dengan analisis model Marxisian, khususnya lagi spirit kultur borjuasi. Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam buku yang berjudul, *Art for Art's Sake: How Politics and Markets Helped Sharpened the Ideology and Culture of Aestheticism, 1790-1990* (1996), yang diadaptasi oleh Carroll berikut.

*A more historically specific hypothesis is that aestheticism is a response to the triumph of bourgeois culture in the nineteenth century, at which time the dominant tendency was to reduce all value. Bourgeois culture put a price tag on everything, include art. And the popular arts that emerged in tandem with the rise of mass urban society 'cheapened' the arts, made them to 'easy' as well as inexpensive. Aestheticism in context, than, was a gesture of cultural resistance. It characterized art (or what is sometimes called 'high art') as a source of esoteric value, sparete from the everyday value of commercialism, morality and any other sort of instrumental or practical purposes. Aestheticism attempted to seal off art hermeneutically from the surrounding bourgeois and mass cultures by declaring art to be autonomous.<sup>32</sup>*

Oleh karena itu, fenomena estetika seni dan budaya massa, yang mengedepankan pelembagaan ideologi dan spirit dehumanisasi dan budaya kematian sebagaimana dimaksud, akhirnya telah menghadirkan sebetuk 'estetika yang anti estetik'. Artinya, estetika tidak lagi merupakan satu bentuk penggalian dan pengangkatan nilai-nilai luhur dalam kebudayaan (moral, etika, spiritual), akan tetapi, sebaliknya merupakan parodi nilai-nilai tersebut, yang disebabkan terideologi tekanan-tekanan model komoditi sistem ekonomi kapitalisme yang dominan dan hegemonik.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Moelyadi Pranata, "Estetisisme dan Dilema Pemberdayaan Perempuan dalam Iklan". *Jurnal Nirmana*, Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra Surabaya, Volume 3 Nomor 2 (Juli 2001): 161.

<sup>32</sup> Periksa Noel Carroll, "Art and Ethical Criticism: An Overview of Recent Directions of Reserch". *Journal Ethics*, (Date Jan. ISSN: 0014-1704, Vol: 110 Iss: 2, 2000): 352.

<sup>33</sup> Piliang, 1998, 145.

Mengendurnya nilai-nilai moralitas, tabu, spiritual, dan etika telah membuka jalan bagi berkembangnya bentuk-bentuk seni dan budaya ini, merupakan artikulasi dari keinginan untuk keluar dan melepaskan diri dari apa-apa yang normal, etis, intelek, dan estetis. Seni dan kebudayaan dengan demikian, akhirnya membentuk suatu ruang yang dapat diistilahkan sebagai ruang ‘perversi’ (*perversion*)<sup>34</sup> yang disarati oleh berbagai abnormalitas dan penyimpangan. Di dalam ruang perversi seni dan budaya model ini, pelanggaran kaidah, pembalikan norma, perusakan tata bahasa, pengacauan prosedur, serta pemutarbalikan bahasa, seakan menjadi normal, bahkan digairahkan. Pelanggaran dan abnormalitas bukan lagi dianggap sebagai suatu kesalahan, akan tetapi lebih sebagai sebetuk keberanian. Bahkan pelanggaran tabu, sebagaimana yang dikatakan Frank Mort dalam buku *Boys Own: Masculinity, Style and Popular Culture* (1988), tidak lagi dianggap sebagai sebetuk dosa, akan tetapi sebaliknya, menjadi satu bentuk kenikmatan.<sup>35</sup>

Oleh karena itu, estetika perversi bukanlah satu bentuk estetika yang merupakan representasi atas kebenaran, sebaliknya merupakan satu bentuk pengelabuhan (*deception*). Apabila objek-objek estetik telah dilepaskan dari fungsinya sebagai representasi moral, etika, tabu, dan berkembang menjadi objek-objek yang merepresentasikan abnormalitas dan *pseudo* kebenaran, maka ini juga berarti, manusia pun dipaksa harus hidup seirama dengan dunia objeknya, sebagai *image* cermin dari dirinya—hidup dalam dunia abnormalitas. Adalah satu kekeliruan, apabila manusia menempatkan dirinya sejajar dengan dunia objeknya. Meskipun memang, dekonstruksi dari sesuatu yang normal, yang mapan, yang konvensional, yang establish itu menjadi gairah tersendiri, bahkan menjadi *mainstream*

---

<sup>34</sup> Istilah ‘perversi’ (*perversion*) secara tekstual bermakna sebagai perbuatan tak wajar. Periksa Echols dan Hassan Shadaly, *Kamus Inggris-Indonesia. Cetakan XIX* (Jakarta: Gramedia, 1993), 427. Kemudian, dalam pengertiannya yang khusus, digunakan untuk menjelaskan penyimpangan dari norma-norma praktik seksual, misalnya homo seksualitas, masokisme, sadisme, dan lain-lain. Namun, dewasa ini kecenderungan untuk menggunakan istilah ini—terutama di Barat—dipakai untuk menjelaskan fenomena kebudayaan yang lebih luas, misalnya estetika. Periksa Piliang, 1998, 151. Periksa juga Piliang, “Estetika dan Abnormalitas”, dalam *Prisma* (November, 1994): 39-50.

<sup>35</sup> Dalam Piliang, 1998, 147.

‘paradigma’—meminjam istilahnya Thomas S. Kuhn dalam *The Structure of Scientific Revolution* (1970)—tersendiri dalam modus kerja kreatif, akan tetapi, apakah dengan sendirinya seni berhak mengeksploitasi abnormalitas tanpa batas, berdasarkan hukum mesin keinginan, tanpa perlu moral, tabu, dan spiritual, hanya gara-gara diperbudak oleh pasar? Bila ekspresi estetika seni dan budaya massa menjadi sekedar komponen komoditas, maka penggalian dan representasi abnormalitas memang menjadi unsur yang sangat penting, disebabkan tuntutan mesin hasrat pasar kapitalisme, atas nama *market competitive*, menjadi menghalalkan segala cara, demi menyedot perhatian, dan ujung-ujungnya menguras daya beli (baca: konsumerisme) masyarakat. Di sini seni dituntut untuk selalu menghasilkan sesuatu yang baru, serta dituntut untuk selalu menyuguhkan ‘estetika provokasi’, meski harus membunuh nilai-nilai. Padahal, dalam konteks apa dan di mana pun, mestinya eksistensi seni tetap mengemban sisi fungsi kebajikannya, yakni sebagai fungsi mediasi bagi proyek pemanusiaan kebudayaan manusia, dan karenanya di dalamnya selalu tak pernah mentolelir upaya-upaya untuk menegasi nilai-nilai.

## **Penutup**

Sebagai catatan penutup, sebagaimana telah disampaikan di awal tulisan ini, bahwa realitas representasi seni dan budaya massa, lebih sebagai sebuah paradoks, yakni di satu sisi posisi serta perannya sangat strategis karena amat publis, namun di sisi lain dampak destruktifnya belum cukup mendapatkan ruang penyikapan—terutama dari sisi akademik—secara komprehensif, karena kajian ini mungkin dianggap terlalu *‘fashionable’*. Kalau paradigma akademiknya benar demikian, maka sebenarnya kita tengah mengulang riwayat keperihatinan dan kontroversi perihal kajian seni dan budaya massa, sebagaimana dulu dialami oleh salah seorang tokoh semiotika modern, yakni Roland Barthes di awal perintisan karir dan komitmen akademiknya yang panjang. Barthes menjadi salah seorang akademikus yang sangat kontroversial. Bahkan, konon dalam proses seleksi kandidat profesor untuk dirinya, beredar rumor sinis tentang diri Barthes di kalangan sejumlah profesor. Rumor



tersebut menyangkut kepantasan seorang Barthes untuk menduduki kursi profesor yang penuh wibawa di *College de France*, karena Barthes dikenal sebagai seorang akademisi yang terlalu *'fashionable'* dan modis'. Cap itu diberikan, karena Barthes banyak menyuntukkan diri dengan kajian-kajian seni dan budaya massa (misalnya iklan, mode, dan lain sebagainya). Di lingkungan para penjaga wibawa dan tradisi akademik [?], 'seorang analis mode'—seperti Barthes—yang diangkat menjadi profesor, dikhawatirkan akan menurunkan kewibawaan *College de France*. Akan tetapi, ternyata langkah Barthes inilah justru merupakan sebuah rintisan sejarah yang paling penting, dalam perkembangan kajian media dan budaya massa. Dengan mengangkat budaya massa sebagai orientasi utama objek kajian, Barthes memeriksa bentuk-bentuk mitos atau muatan ideologis di dalamnya. Produk budaya massa yang ia teliti cakupannya amat luas, yakni meliputi gulat sampai *strip-tease*, dari anggur Perancis sampai *steak and chips*, dari film *Julius Caesar* sampai *The Lost Continent*, dari mainan anak-anak sampai otak Albert Einstein, bahkan dari resep makanan yang dimuat dalam majalah *Elle* dan *L'Espresso* sampai pameran fotografi. Menurut Barthes, berbagai contoh produk budaya massa tersebut telah menciptakan bahasa atau alat komunikasi yang ia sebut sebagai 'mitos-mitos' zaman sekarang [modern], yang diproduksi lewat *mythological treasure*, seperti majalah, televisi, film, dan pusat-pusat pertunjukan.<sup>36</sup> Bahkan eksistensi mitos-mitos yang terbungkus dalam seni dan budaya massa termutakhirnya kini, telah menjelma menjadi sebetuk monster peradaban tersendiri.

Berdasarkan deskripsi tersebut, maka terdapat pesan *imperative* yang mestinya ditunaikan oleh kita bersama, yakni bahwa kajian atas teks seni dan budaya massa, mestinya lebih mampu dipandang sama terhormatnya dengan 'kajian mayor' lainnya dalam *body of knowledge* disiplin seni lainnya selama ini. Kesemuanya itu diharapkan secara bersama-sama mampu berperan sebagai infrastruktur *civil society*, yang selalau diupayakan secara *'aufgabe'*, demi menjaga kelangsungan *human social*

---

<sup>36</sup> Sunardi, 4, 100-101.

*existence* yang lebih baik pada masa mendatang. Terkait dengan hal ini, kiranya patut direnungkan penegasan Jakob Oetama, bahwa oleh karena industri media—yang di dalamnya adalah tempat tumbuh kembangnya aneka jenis seni dan budaya massa—berada dalam medan dan arena yang penuh paradoks, karena semakin terjerat atau malah terjepit di antara dunia material dan ideal, maka mestinya semakin tajam dia harus dirumuskan sebagai suatu *kulturelle aufgabe een culturele opdracht*<sup>37</sup>. Sebuah imperatif yang butuh dijangkarkan dalam aras kesadaran partisipasif.

---

<sup>37</sup> Jakob Oetama, “Industri Media sebagai Pengembangan Kebudayaan”, dalam *Konggres Kebudayaan Tahun 1991, Warisan Budaya Penyaringan dan Pemeliharaannya, Buku II* (Jakarta: Depikbud, Dirjen Sejarah dan Nilai Tradisional Proyek Penelitian, Pengkajian, dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya, 1992), 165.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bandem, I Made. 1992. "Peranan Seniman dalam Masyarakat", dalam *Konggres Kebudayaan 1991: Warisan Budaya, Penyaringan dan Pemeliharaan*. Jakarta: Depdikbud, Dirjen Sejarah dan Nilai Tradisional, Proyek Penelitian Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya.
- Budiman, Hikmat. 2002. *Lubang Hitam Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Carroll, Noel. 2000. "Art and Ethical Criticism: An Overview of Recent Directions of Reserch". *Journal Ethics*, (Date Jan. ISSN: 0014-1704, Vol: 110 Iss: 2, 2000).
- Fiske, John. 1989. *Understanding Popular Culture*. London: Unwin Hyman.
- Gie, The Liang. 1996. *Filsafat Keindahan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pusat Belajar ilmu Berguna.
- Hartoko, Dick. 1980. *Golongan Cendekiawan: Mereka yang Berumah di Atas Angin*. Jakarta: Gramedia.
- Hikam, Muhammad A.S. 1983. "Sebuah Tinjauan terhadap Teori-teori Kebudayaan Massa dan Penerapannya di Indonesia". *Jurnal Masyarakat Indonesia*, Tahun Ke-X, (No. 1).
- Jary, David dan Julia Jary 1991. *Collins Dictionary of Sociology*. Glasgow: Harper Collins Publisher.
- Kuntowijoyo. 1999. *Budaya dan Masyarakat*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Leksono-Supeli, Karlina. 1998. "Bahasa untuk Perempuan: Dunia tersempitkan", dalam Idi Subandy dan Hanif Suranto, (ed.), *Wanita dan Gender: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Malik, Dedy Djamaluddin. 1997. "Dampak Kultural Media Massa Perlu Sikap Kritis Masyarakat", dalam Idi Subandy Ibrahim dan Djamaluddin Malik, (ed.), *Hegemoni Budaya*. Yogyakarta: Bentang.
- Muchtar, But dan R.M. Soedarsono. 1985. *Pendidikan Seni Indonesia*. Jakarta: Konsorsium Seni.

- Oetama, Jakob. 1992. "Industri Media sebagai Pengembangan Kebudayaan", dalam *Kongres Kebudayaan Tahun 1991, Warisan Budaya Penyaringan dan Pemeliharaannya, Buku II*. Jakarta: Depikbud, Dirjen Sejarah dan Nilai Tradisional Proyek Penelitian, Pengkajian, dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya.
- Piliang, Yasraf Amir. 1994. "Estetika dan Abnormalitas", dalam *Prisma*-November.
- \_\_\_\_\_. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Bandung: Mizan.
- \_\_\_\_\_. 2000. "Hegemoni Media Massa". *Jurnal Seni*, (No. 3).
- Pranata, Moelyadi. 2001. "Estetisisme dan Dilema Pemberdayaan Perempuan dalam Iklan". *Jurnal Nirmana* Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra Surabaya, Volume 3 Nomor 2, (Juli 2001).
- Shadily, Hassan. 1982. *Kamus Inggris-Indonesia. Cetakan XIX*. Jakarta: Gramedia.
- Sunardi, St. 2002. "Gejala Nekrokultura (Budaya Kematian) dalam Foto Media", dalam *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Kanal.
- Thohir, Mudjahirin. 1981. "Sedikit tentang Estetika Seni", dalam *Basis*- Juni.
- Webster's New World Encyclopedia*. 1992. The New Standard in Single-Volume, Ninth Edition. New York: The Random Century Group Limited and Simon and Schuster Inc.
- Wiriyomartono, Bagoes P. 2001. "Seni sebagai Mimesis: Plato", dalam *Pijar-pijar Penyingkap Rasa: Sebuah Wacana Seni dan Keindahan dari Plato sampai Derrida*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.