PRODUKSI KARYA SENI RUPA *MOOI INDIE* DALAM BENTUK *EDIBLE ART* SEBAGAI STRATEGI INOVASI PEMASARAN WARISAN REMPAH DI SAECA CAFÉ, SURAKARTA

Dessy Rachma Waryanti[1], Nerfita Primadewi[2], dan Albertus Rusputranto Ponco Anggoro[3]
[1,2,3] Institut Seni Indonesia Surakarta
[1] dessyrachms@gmail.com, [2] popi.primadewi@gmail.com, [3] titusclurut@yahoo.co.uk

ABSTRAK

Perancangan *edible art* rempah Nusantara dengan inspirasi seni lukis *mooi indie* adalah rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat akan berkolaborasi dengan mitra UMKM, Saeca, untuk menciptakan karya seni intermedia yang melibatkan pendekatan disiplin gastronomi molekuler dan seni rupa. Metode penciptaan produk dilaksanakan untuk menganalisis esensi estetika Nusantara pada periode kesejarahan seni rupa: *Mooi Indie* dengan tahapan teori *Design Thinking* yakni *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Proses produksi *edible art* yang dilakukan dengan pendekatan ini melibatkan analisis kualitatif terhadap karakteristik rempah-rempah tradisional Indonesia. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman tentang penggunaan rempah-rempah dalam seni kuliner serta memberikan alternatif kreatif dalam merancang pengalaman sensori visual melalui makanan. Kesimpulan dari kegiatan ini dapat menjadi landasan untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang seni kuliner yang menggabungkan unsur-unsur budaya lokal dengan estetika kontemporer. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menciptakan produk yang tidak hanya mengangkat nilai budaya lokal, tetapi juga memenuhi kebutuhan pasar yang beragam dalam konteks historiografi rempah dan sejarah estetika Nusantara dalam kemasan urban, modern, dan dapat dimakan.

Kata kunci: seni intermedia, *edible art*, gastronomi molekuler

ABSTRACT

This study explores the design of edible art inspired by the aesthetic tradition of Mooi Indie painting and the sensory qualities of Indonesian spices through a collaborative community engagement project with the MSME partner, Saeca. Integrating visual art and molecular gastronomy, the project aims to produce intermedia artworks that are both culturally resonant and experientially rich. Employing the Design Thinking framework—Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test—the research applies a qualitative approach to analyze the symbolic, material, and sensory characteristics of traditional Indonesian spices within the context of art history. The resulting edible artworks reinterpret the idyllic and romanticized themes of Mooi Indie while showcasing the

complexity and cultural significance of indigenous spices. These creations offer a novel intersection between food and fine art, functioning as sensory-based cultural expressions that respond to contemporary aesthetic and market needs. The findings highlight the potential of edible art as a medium for cultural storytelling, interdisciplinary innovation, and the preservation of local heritage through multisensory experience design.

***Keywords**: intermedia art, edible art, molecular gastronomy*

PENDAHULUAN

Kota Surakarta merupakan salah satu perkotaan dengan warisan rempah leluhur yang populer dengan istilah "Jampi" Jawa atau Jamu Jawa (Ali, 2023). Kota Solo, yang kaya akan sejarah budaya Jawa, memiliki warisan yang kaya akan penggunaan rempah-rempah dan ramuan tradisional dalam bidang pengobatan tradisional, terutama dalam bentuk jamu. Hal ini tentu menjadi kewajiban generasi muda terlebih di kota Solo untuk mewarisi olahan Jamu tradisi. Bahkan, tradisi men-Jamu saat ini mulai tergantikan dengan industri kopi. Sebagai generasi pewaris Jampi Jawa, kita merasa perlu melestarikan dan menyelaraskan konsep Jamu Jawa agar lebih dekat dengan generasi muda. Terhitung jumlah UMKM yang menyadari kondisi kritis ini meski belum banyak telah terdapat beberapa yang bermunculan dan berkembang sebagai bisnis FnB hingga merambah pada gaya hidup yang berpengaruh. SAECA merupakan salah satu UMKM di Kota Solo yang mengembangkan tradisi men-Jamu ini telah membawa pengaruh gaya hidup urban yang berpijak pada kearifan lokalitas. Hal ini tentu membawa gaya hidup generasi masa depan menuju yang lebih sehat. Dalam rehatnya mengonsumsi kopi, para remaja dan dewasa dapat mengonsumsi jejamuan tanpa merasa tidak trendi. Pun, saat ini banyak remaja dan dewasa yang memiliki kebanggaan untuk mewarisi keilmuan lokal. SAECA menjadi brand FnB yang menyemarakkan semangat gaya hidup sehat melokal yang trendi.

Saat ini, manusia urban sering kali terjebak dalam rutinitas yang sibuk dan penuh tekanan, menyebabkan kecenderungan untuk mengonsumsi makanan yang praktis dan instan. Asumsi informasi tersebut divalidasi oleh data riset kesehatan dasar (Riskesdas) 2013, bahwa 93,5% penduduk Indonesia yang berusia lebih dari 10 tahun sangat kurang

pISSN: 2087-1759
eISSN: 2723-2468

mengkonsumsi sayur dan buah (Setiyanto, 2024). Mereka cenderung memilih makanan cepat saji atau kemasan yang mengandung bahan-bahan tambahan dan pengawet, namun rendah akan gizi dan sering kali mengandung bahan kimia berbahaya. Selain itu, budaya urban modern juga sering menekankan pada kecepatan dan efisiensi, sehingga makanan yang dipilih sering kali diproses secara cepat dan tidak melalui proses yang lambat dan alami. Akibatnya, pola makan mereka cenderung kurang sehat dan kurang bergizi meningkatkan risiko terjadinya berbagai penyakit kronis seperti obesitas, diabetes, dan penyakit jantung.

Gambar 1. Ragam kegiatan SAECA meramu rempah bersama komunitas muda di daerah Solo dan Yogyakarta
(Foto oleh: Dokumentasi Tim SAECA)

Mengingat anjuran Dr. dr. Sri Adiningsih, M.S., M.C.N. pada Seminar Hari Gizi Nasional Departemen Gizi FKM UNAIR (2024) bahwa seluruh kalangan masyarakat harus menjadi partisipan aktif dalam meningkatkan kualitas kebiasaan harian ini, maka melalui pengabdian masyarakat ini, kami menawarkan pengembangan produk makanan yang terintegrasi seni dan pengetahuan rempah Nusantara. Kegiatan perancangan edible art akan selalu membawa dimensi baru pada nilai makanan sesuai karakternya (Hudgins, 2004). Dalam kasus pengabdian ini, tim berusaha memadukan kekayaan rempah Nusantara yang khas dengan estetika seni lukis yang memikat dari masa kolonial, produk makanan tidak hanya menjadi sebuah sajian, tetapi juga sebuah karya seni yang memberi pemahaman dan wawasan. Melalui perpaduan ini, masyarakat diajak untuk merasakan atmosfer alami dan keindahan Indonesia yang mempesona. Setiap hidangan tidak hanya menawarkan cita rasa

yang lezat, tetapi juga membawa suasana yang memikat, memberikan pengalaman kuliner yang mendalam sebagaimana konsep edible art yang dikemukakan oleh Quinet (1981). Lebih dari itu, kegiatan ini juga menginspirasi pandangan baru tentang kebaikan alam dengan memperkenalkan konsep bahwa menjadi natural itu baik, masyarakat diajak untuk menghargai keindahan alam Indonesia dan menggali potensi-potensi alam yang melimpah sebagai sumber kebaikan bagi tubuh dan pikiran (Andrzejewski, 2018). Sargent (2016) menjelaskan bahwa dimensi kreatif edible art tidak hanya terletak pada bentuk yang indah namun narasi di baliknya. Sejalan dengan Sargent, kegiatan perancangan edible art ini tidak hanya sekadar menyajikan makanan dengan nilai estetika tinggi namun juga distribusi perjalanan alam Nusantara dan apresiasi mendalam terhadap warisan budaya seni lukis modern Indonesia. Selebihnya, kegiatan ini dapat menjadi sebuah kampanye hidup sehat yang memiliki semangat nasionalisme karena di dalamnya tidak hanya menciptakan pengalaman kuliner, tetapi juga menjadi alat untuk memperkuat dan merayakan identitas kita sebagai bagian dari bangsa Indonesia yang kaya akan warisan budaya dan bahan alam yang beragam. Kegiatan ini merayakan diversifikasi pangan melalui warisan seni Nusantara.

Saat ini, SAECA menghadapi kendala yang signifikan dalam hal minimnya pengetahuan seputar literasi seni yang diperlukan untuk merealisasikan konsep "*edible art*" yang mereka impikan. Meskipun memiliki visi yang kuat dan semangat yang tinggi untuk menghadirkan produk makanan yang berbeda dan memukau, mitra menghadapi tantangan dalam memahami prinsip-prinsip seni dan desain yang diperlukan untuk mentransformasikan ide-ide kreatif mereka menjadi karya yang nyata dan berkesan. Kurangnya pemahaman tentang penggunaan elemen-elemen seni visual, harmoni warna, komposisi estetika, serta teknik-teknik kreatif lainnya menjadi hambatan utama bagi mitra dalam mengembangkan produk "*edible art*" yang sesuai dengan visi mereka. Oleh karena itu, ada kebutuhan yang mendesak untuk memperkuat literasi seni dan desain produk dalam tim mitra, sehingga mereka dapat menghadirkan karya-karya yang lebih berdaya saing dan memikat pasar dengan inovasi, keindahan, dan makna yang mendalam. Mitra tidak hanya menyadari kendala yang dihadapinya, tetapi juga bersedia menjadi laboratorium yang ideal untuk menjadikan proyek ini berhasil. Oleh karena itu, tim peneliti memilih aktivitas

pISSN: 2087-1759
eISSN: 2723-2468

perancangan *edible art* sebagai sarana pengembangan produk berbasis sejarah rempah dan seni Nusantara, dengan harapan melalui kegiatan ini dapat memberi kesempatan dan ruang interaksi dengan rekan sejawat, ahli, naungan aktivitas riset dan pengembangan produk. Kegiatan ini diharapkan dapat memperluas pandangan baik mitra maupun tim pengabdi untuk bersama-sama memperbarui serta memperluas pengetahuan seni rupa dan rempah Nusantara, hingga akhirnya dapat menciptakan produk yang sekaligus memperluas kampanye hidup sehat dengan sentuhan yang artistik, membumi, dan berisi nilai-nilai kearifan Nusantara.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk mewujudkan produk olahan rempah dengan metode gastronomi molekular untuk menghasilkan masakan dengan esensi tekstur yang unik, atau tampilan yang lebih menarik, dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan tentang bahan makanan dan reaksi kimia yang terjadi selama memasak (Blanck, 2007). Sementara itu ekstraksi nilai artistik dirunut dengan menggunakan landasan teori dari 7 tahapan *Design Thinking* oleh Herbert Simon (1969) yakni:

1. *Empathize*: mewawancara ahli dan narasumber, observasi langsung pada arsip dan dokumen seni yang berkaitan dengan sejarah rempah.
2. *Define*: merumuskan masalah berdasar informasi.
3. *Ideate*: menyusun strategi penciptaan dimensi produk.
4. *Prototype*: membuat representasi kasar atas runutan ide.
5. *Test:* menguji coba penciptaan menu.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan sesuai metodologi di atas dibagi dalam tabel berikut:

Tabel 1. Pelaksanaan kegiatan sesuai metodologi *Design Thinking*

Design Thinking	**Kegiatan**	**Deskripsi Kegiatan**
Empathize	Sosialisasi	Sosialisasi informasi program kegiatan dan keterlibatan mitra
Define	Pelatihan	Penyelenggaraan pelatihan dari tim peneliti untuk pengembangan keterampilan dan pencarian informasi literasi
Ideate	Perancangan	Pendampingan desain dan artistik interpretatif produk
Prototype	Penciptaan	Pendampingan eksekusi pengembangan rancangan
Test	Uji Coba Publik	Publikasi produk di masyarakat untuk menangkap komentar publik
Monitoring & evaluasi	Pendataan proses kegiatan dan *review* proses jalannya kegiatan	
Penyusunan Luaran dan Laporan	a. Pembuatan laporan awal: disesuaikan dengan hasil yang telah dicapai selama pelatihan dan pendampingan produksi b. Pembuatan laporan akhir: diisi dengan hasil akhir yang telah melalui tahap revisi atas evaluasi kegiatan	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat ini terbagi menjadi dua tahapan yakni tahap perencanaan dan pelaksanaan. Pada tahap perencanaan, fokus utama adalah pada penyusunan strategi yang meliputi sosialisasi visi dan misi program, pelatihan rekonstruksi rasa produk makanan berbasis sejarah, serta perancangan konsep produk yang mengombinasikan elemen rasa dengan kode warna. Tahap ini bertujuan untuk membangun dasar yang kuat bagi pengembangan produk dan memastikan bahwa setiap langkah didukung oleh pemahaman tentang budaya dan sejarah Nusantara. Setelah sosialisasi, tahap pelatihan menjadi fokus utama. Pelatihan ini tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga melibatkan peserta dalam proses rekonstruksi rasa yang didasarkan pada sejarah rasa Nusantara. Dalam sesi ini, peserta diajak untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana rempah-rempah digunakan dalam sejarah, baik dalam konteks kuliner maupun dalam karya seni. Buku-buku seperti *Sejarah Rempah dari Erotisme sampai Imperialisme* karya Jack

pISSN: 2087-1759
eISSN: 2723-2468

Turner (2011) dan *Kearifan Lokal: Petai, Keluak, Tempoyak, & Terasi* oleh F.G. Winarno (2021) menjadi rujukan penting. Melalui pelatihan ini, tim peneliti tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga membangun keterampilan literasi budaya pada peserta, sehingga mereka dapat memahami dan menghargai kompleksitas rasa yang diwariskan oleh nenek moyang Nusantara.

Dari hasil wawancara dan sosialisasi, mitra pengabdian dari Saeca Café menjelaskan visi dan misi di balik pendirian kafe yakni Dzulfaqqor, menekankan keinginannya untuk berbagi hidup sehat bersama masyarakat, dengan menjadikan rempah-rempah sebagai elemen utama dalam setiap produk yang ditawarkan. Melalui sosialisasi ini, mitra menegaskan pentingnya kesehatan dan kekayaan rempah Indonesia sebagai nilai inti yang ingin dibagikan kepada publik, memberikan dasar yang kuat untuk kolaborasi dalam program ini. Maka diputuskan perencanaan dan sinkronisasi data kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Saeca Café sesuai dengan metodologi *Design Thinking* yang telah dibagi dalam table di bawah ini:

Tabel 2. Sinkronisasi metodologi *Design Thinking* untuk perencanaan kegiatan.

Design Thinking	**Kegiatan**	**Deskripsi Kegiatan**
Empathize	Sosialisasi	Tahap ini melibatkan sosialisasi informasi program dan keterlibatan mitra. Dzulfaqqor sebagai pemilik Saeca Café menjelaskan visi dan misi untuk berbagi hidup sehat dengan masyarakat melalui kekayaan rempah-rempah Indonesia. Kegiatan ini bertujuan untuk membangun kesepahaman antara tim peneliti dan mitra, serta memperkenalkan tujuan program kepada komunitas yang lebih luas.
Define	Pelatihan	Pelatihan ini diselenggarakan oleh tim peneliti untuk pengembangan keterampilan dan literasi budaya. Peserta dilibatkan dalam rekonstruksi rasa menggunakan informasi sejarah rempah Nusantara. Sumber-sumber literatur, seperti buku-buku tentang sejarah rempah dan seni Indonesia, menjadi landasan dalam memahami bagaimana rasa dapat dikaitkan dengan identitas budaya.

Ideate	Perancangan	Tahap perancangan melibatkan pendampingan desain dan interpretasi artistik produk. Pada tahap ini, tim menciptakan kombinasi rasa dengan kode warna, seperti hijau untuk kapulaga dan jahe, biru untuk kayu manis dan bunga lawang, serta kuning dan merah untuk cengkeh dan cabe jawa. Kombinasi ini dirancang untuk menciptakan pengalaman rasa yang juga memiliki nilai artistik dan narasi budaya.
Prototype	Penciptaan	Dalam tahap penciptaan, tim mendampingi eksekusi pengembangan rancangan produk. Produk yang telah dirancang dikemas dalam wadah khusus yang mencerminkan nilai-nilai seni rupa *Mooi Indie*. Kemasan ini menggabungkan estetika visual dengan pengalaman rasa, menciptakan sebuah produk yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki nilai seni dan budaya.
Test	Uji Coba Publik	Tahap terakhir adalah uji coba publik, yaitu produk dipublikasikan di masyarakat untuk menangkap umpan balik dari publik. Tahap ini belum selesai, tetapi akan menjadi langkah penting dalam menilai penerimaan masyarakat terhadap produk dan menyempurnakannya sebelum peluncuran luas. Kegiatan ini memungkinkan evaluasi kritis terhadap elemen-elemen produk dan memastikan bahwa produk tersebut relevan dan diterima oleh masyarakat.

Pada tahap *Define*, tim melakukan rekonstruksi rasa dengan menggunakan informasi sejarah rasa Nusantara. Informasi ini dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk buku-buku tentang sejarah rempah dan karya seni Indonesia. Pelatihan yang dilakukan mengajarkan peserta cara memahami dan mengolah sejarah rasa ini ke dalam bentuk yang dapat diapresiasi oleh masyarakat modern. Dengan pendekatan ini, rasa-rasa tradisional Nusantara tidak hanya dilestarikan, tetapi juga diinterpretasikan ulang untuk relevansi kontemporer. Selanjutnya, dalam tahap *Ideate*, tim mengombinasikan rasa dengan kode warna untuk menciptakan pengalaman multisensorial yang kaya. Dalam konteks ini, setiap warna dipilih untuk mewakili rasa dari rempah sekaligus menggambarkan nilai simbolis yang terkandung dalam teori warna dan sejarah lukisan lanskap Indonesia pada periode sejarah rempah yakni *Mooi Indie*.

pISSN: 2087-1759
eISSN: 2723-2468

Gambar 2. Hasil akhir produk Edible Art dengan cita rasa rempah Nusantara
(Foto oleh: Dokumentasi Tim PKM)

Rumusan rasa dengan kode warna tersebut menghasilkan formulasi sebagai berikut:

1. Hijau (Rasa Kapulaga dan Jahe): Hijau sering dikaitkan dengan alam, kesuburan, dan kehidupan. Dalam lukisan *Mooi Indie*, warna hijau melambangkan keindahan alam tropis Indonesia yang subur dan penuh kehidupan. Penggunaan hijau untuk rasa kapulaga dan jahe menghubungkan sensasi rasa yang segar dan menyejukkan dengan simbol kesuburan dan kesehatan alami yang ada dalam lanskap Nusantara.

2. Biru (Rasa Kayu Manis dan Bunga Lawang): Biru dalam teori warna sering diasosiasikan dengan ketenangan, kedamaian, dan kedalaman. Pada periode *Mooi Indie*, warna biru dalam lukisan sering mewakili langit luas dan laut yang tenang, mengajak perenungan akan kebesaran alam Indonesia. Menggunakan warna biru untuk rasa kayu manis dan bunga lawang menciptakan kesan rasa yang mendalam dan menenangkan, mirip dengan pengalaman visual yang ditawarkan oleh pemandangan alam biru yang luas dalam lukisan-lukisan periode ini.

3. Kuning (Rasa Cengkeh dan Cabe Jawa): Kuning adalah warna yang melambangkan energi, kehangatan, dan kekayaan. Dalam konteks *Mooi Indie*, warna kuning muncul dalam representasi sinar matahari yang menyinari ladang dan sawah yang subur, menggambarkan kekayaan alam Indonesia. Rasa cengkeh dan cabe jawa yang hangat dan pedas terwakili dengan warna kuning, menghubungkan kehangatan rasa dengan kekayaan cita rasa Nusantara, sebagaimana sinar matahari memperkaya dan menghangatkan lanskap.

4. Merah (Rasa Cabe): Merah adalah warna yang melambangkan kekuatan, keberanian, dan gairah. Dalam sejarah seni rupa Indonesia, warna merah sering digunakan untuk menonjolkan elemen-elemen yang kuat dan penuh energi, seperti matahari terbenam atau kehidupan sehari-hari yang dinamis dalam lukisan *Mooi Indie*. Rasa cabe yang pedas dan intens terwakili dengan warna merah, yang tidak hanya mencerminkan kekuatan dan keberanian rasa tetapi juga mengekspresikan semangat dan energi yang hidup dalam budaya dan lanskap Nusantara.

Pendekatan ini memberikan dimensi apresiasi rasa, di mana warna dan rasa saling terkait, memperkuat identitas produk yang berakar pada warisan budaya Indonesia. Penggunaan warna-warna ini dalam produk *edible art* menciptakan hubungan visual dan rasa yang dalam dengan sejarah seni rupa Indonesia, terutama dalam periode *Mooi Indie*. Setiap warna tidak hanya berfungsi sebagai representasi estetika, tetapi juga sebagai jembatan yang menghubungkan pengalaman rasa dengan warisan budaya dan sejarah seni Nusantara, sehingga dapat mengajak konsumen untuk merasakan dan melihat Indonesia dari perspektif aroma rasa sejarah rempah. Hal ini mengibaratkan tentang bagaimana rasa sebuah sejarah dan dalam hal ini artefak sejarah seni rupa yakni lukisan.

Gambar 3. Rangkaian kegiatan tahapan pengabdian: sosialisasi dan workshop estetika mooi indie, penulisan monograf dan peluncuran publikasi purwarupa produk
(Foto oleh: Dokumentasi Tim SAECA)

pISSN: 2087-1759
eISSN: 2723-2468

Setelah perancangan selesai, tahap penciptaan atau *prototype* dimulai. Produk yang telah dirancang kemudian dikemas dalam wadah yang dirancang secara khusus untuk mencerminkan konsep seni rupa *Mooi Indie*. Di sini, rasa tidak hanya berfungsi sebagai komponen kuliner, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi artistik. Wadah kemasan yang dirancang dengan cermat mengekspresikan nilai-nilai keindahan dan kerumitan budaya Indonesia, menggabungkan estetika visual dengan pengalaman rasa yang kaya. Pada tahap ini, produk mulai mewujud dalam bentuk fisik yang siap diuji di masyarakat. Pada tahap *prototype*, produk yang telah dirancang dimasukkan ke dalam kemasan khusus yang mencerminkan ide tentang produk seni rupa dengan cita rasa *Mooi Indie*. Kemasan ini dirancang untuk tidak hanya menampung produk, tetapi juga mengkomunikasikan nilai-nilai artistik yang terinspirasi oleh lukisan-lukisan *Mooi Indie*, sebuah gaya seni rupa yang menggambarkan keindahan alam Indonesia. Dengan demikian, produk ini menjadi sebuah karya seni yang dapat dinikmati melalui indera pengecap, membawa konsep seni rupa tradisional ke dalam bentuk yang dapat dirasakan secara langsung. Tahap akhir dalam pelaksanaan ini adalah uji coba publik dengan memperkenalkan kepada masyarakat untuk mendapatkan umpan balik.

Gambar 3. Rangkaian kegiatan akhir peluncuran purwarupa produk edible art
(Foto oleh: Dokumentasi Tim SAECA)

Acara final pengabdian kepada masyarakat ini adalah peluncuran purwarupa produk yang telah didaftarkan sebagai Hak Cipta dengan tajuk "Sawah Rempah, Gunung Berbumbu". Karya ini merupakan perwujudan representasi dimensi sejarah identitas Nusantara yang dirunut secara ulang alik dari jalur rempah dan periode seni rupa masa *Mooi Indie* menjadi karya seni konseptual dengan metode pengolahan pangan Kohakuto, yaitu kristalisasi jeli menjadi permen gula, resep tradisional Jepang dan memadukan elemen warna seni rupa *Mooi Indie* dengan keunikan rempah-rempah Indonesia yang menghasilkan rasa dan aroma khas. Karya *edible art* ini memvisualisasikan keindahan alam Indonesia pada periode sejarah rempah dengan menghidupkan kembali aroma dari rasa rempah yang menjadi bagian integral identitas Nusantara. Dengan teknik Kohakuto, permen jeli warna-warni menjadi esensi lukisan *Mooi Indie* yang menggambarkan nuansa sejuk keindahan alam Indonesia. Rempah-rempah seperti kayu manis, cengkeh, pala, vanili, dan kapulaga dipilih tidak hanya untuk menambah rasa, tetapi juga untuk membawa penikmat seni kembali ke masa kejayaan perdagangan rempah Indonesia.

Proses rekonstruksi warna-warni sejarah seni rupa *Mooi Indie* dilakukan menggunakan pendekatan konteks dan tujuan yang diinginkan. Proses rekonstruksi warna-warni dalam periode sejarah seni rupa *Mooi Indie* adalah upaya untuk membangkitkan kembali keindahan dan kekayaan visual yang menjadi ciri khas dari gaya seni ini. Adapun karya-karya yang digunakan untuk menjadi rujukan esensi warna dan visual produk adalah: 1) Pemandangan Sawah, 1931 Terasering, Mas Pirngadie, 2) Lanskap Indonesia, FJ du Chattel, (Belanda, 1856–1917), 3) Kerbau Air Sawah, Wakidi (Indonesia, 1889–1979), 4) Kawasan Pecinan, Batavia, *Wynand Otto Jan Nieuwenkamp (Belanda, 1874–1950),* 5) *Karya-karya Walter Spies (Jerman, 1895-1942), dan 6) Karya-karya Suriosubroto Abdullah, (Indonesia, 1878-1941).* Lanskap pada lukisan karya Mas Pirngadie tidak hanya merefleksikan keindahan alam pedesaan tetapi juga melambangkan hubungan harmonisasi manusia dan tanah. Secara keseluruhan, atmosfer dalam karya ini adalah perpaduan antara ketenangan, keteraturan, dan keindahan alami yang abadi dengan menangkap esensi dari pemandangan pedesaan dengan sentuhan artistik yang halus. Hal ini mencerminkan cara manusia membentuk dan memelihara lingkungan mereka, menegaskan interaksi yang seimbang dan produktif dengan alam sekitar. Walter Spies adalah seniman era *Mooi Indie*

pISSN: 2087-1759
eISSN: 2723-2468

dengan gaya artistik yang menggabungkan pengaruh Barat dengan estetika tradisional Bali. Sehingga menciptakan karya yang menggambarkan pemandangan alam, kehidupan sehari-hari, dan budaya lokal dalam suasana magis. Sementara itu Abdullah menggambarkan alam dengan sentuhan idealis yang tampak lebih sempurna dan harmonis dari pada realitasnya yang sangat memberikan vibrasi warna biru pekat, merepresentasikan misteri alam Nusantara yang masih asri, dingin, dan penuh cerita mistis karena kesakralan yang terus terjaga dalam budaya lokal.

PENUTUP

Penelitian seni yang mengusung konsep dan konteks sejarah estetika memiliki beberapa poin kritis dan saran yang relevan untuk dikembangkan lebih lanjut. Pertama, perlu adanya pemahaman mendalam terhadap konteks sejarah, tidak hanya terbatas pada estetika visual tetapi juga meliputi aspek sosial dan budaya. Dalam hal ini, peneliti diharapkan dapat mengintegrasikan nilai-nilai sejarah secara holistik agar karya yang diciptakan tidak hanya menjadi refleksi visual, namun juga membawa pesan yang berakar pada pemahaman kontekstual yang kaya. Kedua, eksplorasi teknik seni tradisional yang diaplikasikan ke dalam medium kontemporer menjadi sebuah upaya yang perlu diperkuat. Adaptasi ini dapat mempermudah audiens modern untuk mengapresiasi konteks sejarah yang disajikan, serta memberi dimensi baru yang relevan dengan perkembangan zaman. Terutama, kolaborasi dengan sejarawan, ahli budaya, serta komunitas lokal dianggap penting agar karya tersebut menjadi lebih autentik dan berbobot, tidak hanya sebagai interpretasi personal peneliti tetapi juga sebagai representasi kolaboratif. Terakhir, disarankan agar para peneliti mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam karya mereka, baik dalam hal dampak lingkungan maupun keberlanjutan budaya, agar hasil ciptaan tidak hanya indah secara estetis, tetapi juga membawa pesan keberlanjutan budaya dan sosial yang bermakna.

DAFTAR PUSTAKA

Andrzejewski, A. (2018). HOW TO FRAME EDIBLE ART. Nordic Journal of Aesthetics.

Blanck, J.F., 2007. Molecular gastronomy: Overview of a controversial food science discipline. Journal of Agricultural & Food Information, 8(3), pp.77-85.

Hudgins, S. (2004). Edible Art: Springerle Cookies. Gastronomica, 4(4), 66-71.

Quinet, M. L. (1981). Food as art: The problem of function. British Journal of Aesthetics, 21(2).

Sargent, M. (2016). Edible art. Nursery World, 2016(16), 14-15.

Simon, Herbert. 1969. The Sciences of the Artificial. Massachusetts Institute of Technology Press

Artikel Internet:

Ali, Achmad Khalik. 2023. "Jampi" Jawa, Warisan Leluhur Keraton Solo. 2023. Diunduh 20 April 2024 https://jalurrempah.kemdikbud.go.id/artikel/jampi-jawa-warisan-leluhur-keraton-solo

Setiyanto, Andri. 2024. Penduduk Indonesia Kurang Konsumsi Sayur, Buah dan Pangan Hewani – Departemen Gizi Fkm unair. Diunduh 10 Maret 2024. https://fkm.unair.ac.id/penduduk-indonesia-kurang-konsumsi-sayur-buah-dan-pangan-hewani/.

.