

SENIMAN DALAM PERPUTARAN PASAR SENI RUPA

Oleh: Retno Wulandari*

ABSTRACT

After the booming, Indonesian art of painting come in to the era of the rise and the fall of the art of painting that happen very fast and drastic. Artists are often suddenly shocked and not ready to face a long famine era, because they are not ready and do not supply themselves with knowledge of their own art creating technique and infrastructure that built Indonesian art of painting market.

It is only fitting that artists realize and ready to get in to the system that create art of painting market, because they have to behave as stakeholder for their own works, whether they want to or not. The principles "Art for Art" and "Art for Market" have to pass and to do in harmony without forcing to sacrifice the idealism in art work creating.

Cooperation in all line, including artists, curators, art galleries, collectors, market and press, have to be ran in balance. Although it can not be denied that there are still many artists are "lazy" to get in and collaborate with one of those stakeholders. But, when artists start to have contact with market, the collaboration have to do for good cooperation and communication, because, however, market is one of the things that will establish Indonesian art of painting in the future, with focus on works quality and how the artist will survive in the world of art working.

Keywords: artist, gallery, collector, market

PENDAHULUAN

Booming seni lukis kontemporer Indonesia belakangan ini disinyalir berawal dari booming seni lukis kontemporer china yang dimulai pada awal tahun 2000-an, sementara itu China terus menata kesenian mereka dengan mengembangkan dan membangun infra-

struktur serta suprastruktur seperti galeri dan museum sebagai ruang yang direncanakan untuk mem-backup karya-karya seni sehingga mata rantai seni rupa (kolektor, art dealer, art broker, kolekdol, galeri seni) dapat merambah wilayah yang lebih luas. Ketika kita mengunjungi Biennale/Trienalle di luar negeri dan

melihat aneka ragam karya seni kontemporer dipamerkan, sering timbul pertanyaan, apakah karya-seni kita sudah mencapai kualitas artistik yang sama sehingga pantas untuk dikoleksi? Pertanyaan ini merupakan pekerjaan rumah bagi semua seniman yang merasa aktif dan ikut andil dalam kancah seni rupa kita.

Pada abad ke-20 yang baru saja berlalu, para seniman merasa hidup dalam satu lingkungan yang secara fundamental sangat berbeda dari masa lalu. Mereka ingin merefleksikan perubahan ini dan menciptakan karya-karya jenis baru. Mereka berpendapat bahwa sesuatu yang baru selalu lebih baik dari yang lama. Oleh sebab itu mereka menolak ide-ide tradisi dan sejarah. Mereka sangat mementingkan 'orisinalitas'. Filsafat yang melandasi era ini disebut 'modernisme'. Sejalan dengan proses industrialisasi di era sebelumnya, ketika ditemukan telepon, mobil, mesin dan kemudian pesawat terbang, para seniman modernis juga sangat percaya terhadap konsep berfikir yang bisa digunakan untuk semua orang atau semua benda pada setiap waktu dan setiap kondisi, konsep berfikir ini disebut 'universalitas'.

Dilandasi dengan orisinalitas dan universalitas para seniman di era modern sukses menghasilkan sangat banyak gaya lukisan dalam kurun waktu yang tidak berapa panjang, misalnya futurisme, su-realisme, dan abstrak ekspresionisme. Karena merasa dunia ini adalah satu kesatuan, merekapun menghasilkan gaya lukisan yang hampir sama. Dengan bekal ini seniman dirasa mampu bergaul dalam dunia seni yang lebih luas.

Mata rantai yang melingkupi dunia seni rupa adalah seniman versus pasar yang meliputi: kolektor, art dealer, art broker, galeri seni dan balai lelang. Pasar adalah salah satu wacana yang cukup membuat pusing seniman dan memenjara dalam perjalanan kreatifitasnya. Pengetahuan yang cukup jelas mengenai wacana pasar akan membantu seniman dalam menempatkan diri dan karyanya pada peta seni yang telah ada.

PEMBAHASAN

A. Keindahan Sebagai Dramatisasi Realitas

Dalam bahasa Jerman ada kata "*Malerish*" yang dalam kamus berarti 'indah, permai'. Kata ini me-

rupakan bentukan dari kata '*maler*' (lukisan). Dengan demikian kata '*Malerish*' persisnya berarti indah seperti lukisan. Orang Jerman menggunakan keindahan yang mereka temukan dalam lukisan sebagai standar untuk menilai keindahan pada umumnya. Pada jaman dimana lukisan itu perdefinitionem indah. Di Indonesia cara menggambarkan keindahan lewat lukisan itu juga kita temukan.

Budaya senantiasa diartikan sebagai sisi aktif manusia, sisi vitalitas manusia tidak lagi tunduk pada lingkungannya. Budaya menunjuk pada kemampuan manusia dalam pengolahan (*collere*). Di Indonesia kita akrab dengan devinisi budaya sebagai hasil dari cipta, rasa dan karsa manusia. Dalam cultural Studies, pemahaman mengenai budaya diperluas menjadi *the whole way of life*.

Apapun batasan yang kita berikan pada budaya tidak seorangpun bisa mengelak dari fenomena pengalaman manusia jaman sekarang yang merasa dikejar-kejar oleh budayanya sendiri. Dulu ketika orang menjumpai pakaian berumbai seperti bulu burung merak, orang barangkali dengan bangga akan mengatakannya sebagai karya budaya. Demikian

juga dalam bidang teknologi komunikasi, orang bangga melihat penemuan radio dan televisi yang bisa memperpanjang dan memperluas fungsi indera kita (mata dan telinga). Radio dan televisi bahkan bisa dianggap sebagai capaian budaya umat manusia yang membanggakan.

Dilihat dalam perspektif sejarah pakaian, radio dan televisi menunjukkan prestasi manusia dalam menghadapi determinasi alam (dalam hal alam ini sebagai ruang). Akan tetapi kini orang mulai gelisah dengan efek dari hasil-hasil temuan yang dulu pernah membanggakan, pun orang tidak serta merta disebut orang berbudaya dengan memiliki dan menggunakan hasil-hasil budaya tersebut. Malah sebaliknya dalam masyarakat yang terkesan sangat makmur (*affluent*), berbudaya seringkali dekat dengan kesedehanaan.

Orang lebih respek pada orang yang masih bisa menikmati alam daripada orang yang naik turun pegunungan dengan mobil sembari memutar musik keras-keras. Orang sering merasa iri dengan orang-orang yang berpakaian sederhana namun terlihat menikmati daripada mereka yang tubuhnya dijejali

dengan bermacam aksesoris.

B. Seni dan Kapitalisme

Seni pada umumnya selalu merujuk pada keindahan. Salah satu kritikus yang suka mengajukan provokasi atas seni umumnya dan seni industri pada khususnya adalah Baudrillard. Pandangannya tentang nasib seni pada masyarakat kapitalis sangat menarik karena dalam pandangannya itu dia secara tidak menyembunyikan ketidakberdayaannya untuk keluar dari industri. *No nostalgia for old aesthetic values!* Begitulah bunyi salah satu statement Baudrillard yang membahas tentang nasib seni pada masyarakat kapitalis. Meskipun demikian, dia juga tidak bisa menyembunyikan harapannya akan jenis kesenian yang seolah-olah bisa dibebaskan dari sistem pertukaran nilai. Hal ini bisa kita lihat pada jawaban Baudrillard ketika ditanya "Apa itu seni menurutmu?" :

"Seni adalah bentuk. Sebuah bentuk adalah sesuatu yang benar-benar tidak mempunyai sejarah, melainkan memiliki tujuan (*destiny*). Kini seni sudah tumbang dalam nilai, dan celaknya kini nilai-nilai itu sudah rusak. Nilai: nilai estetis, nilai komersial....nilai-nilai bisa dinegosiasikan, dibeli dan dijual, dipertukarkan. Bentuk

sebagai bentuk tidak dapat dipertukarkan dengan sesuatu; bentuk hanya dapat dipertukarkan dalam bentuk-bentuk itu sendiri, dan harganya adalah nilai estetis".

Jadi menurut Baudrillard seni pertama-tama adalah bentuk dan bukan nilai tukar yang bisa dihasilkan oleh seni tersebut. Sebagai bentuk, seni bisa menentukan tujuannya sendiri. Ditempat lain, destiny ini ia kaitkan dengan dengan *desire for illusion*. Dengan kata lain, seni membangkitkan hasrat manusia untuk ruang-ruang tak terbatas. Itulah seni yang diidam-idamkan oleh Baudrillard.

Akan tetapi kenyataannya dalam masyarakat kapitalis seperti sekarang ini, seni mengalami nasib yang sama seperti barang-barang komoditas pada umumnya: diproduksi sebagai barang komoditas, dijual, dikonsumsi, dan dibuang (karena sudah tidak memiliki nilai tukar).

Dia tidak menolak kenyataan ini, oleh karena itu Baudrillard merintis teori tentang Ekonomi politik tanda yang sangat strategis untuk membaca seni pada jaman sekarang dalam kaitannya dengan budaya konsumsi. Dalam banyak hal apa yang dikritik oleh Baudrillard banyak

benarnya dalam artian bahwa kita tidak bisa menarik lagi nasib seni yang sudah masuk dalam pusaran pertukaran nilai. Kalau kita menerima kenyataan ini, lalu apa artinya proses kreatif yang selama ini dipandang sebagai denyut dalam produksi seni?

Untuk melihat keluasan spektrum proses kreatif dalam seni industri, persoalan tersebut akan saya pecah menjadi dua:

1. Mengapa orang yang berkecimpung dalam seni industri harus kreatif dan dengan cara apa mereka melakukan proses kreatif
2. Apa saja sumber-sumber kreatif dalam seni industri?

Dalam dunia seni industri di mana seni masuk dalam pusaran pertukaran nilai, proses kreatif pertama-tama merupakan fungsi untuk bertahan hidup. Dalam seni industri, seniman tidak bisa menjadi seniman sekali untuk selamanya. Setiap seniman dihantui oleh lenyapnya dirinya (dan karya-karyanya) dari peredaran seni industri. Situasi ini berbeda dengan situasi dimana para seniman sudah dipelihara oleh para patron maupun lembaga-lembaga kesenian yang

tidak secara langsung masuk dalam pusaran pertukaran nilai pasar.

Dalam situasi ini, kehidupan para seniman kurang lebih sudah dijamin. Dalam seni industri, tak seorangpun bisa menjaga kelangsungan hidupnya kecuali pasar yang notabene tidak berada dalam kekuasaan satu orang. Dengan kata lain dorongan untuk bisa bertahan dalam pusaran pertukaran nilai di pasar menjadi pemicu utama dalam seni industri. Oleh karena itu tidak mengherankan kalau para jawara seni industri sering dikagumi karena keberhasilannya bisa bertahan cukup lama dalam dunianya.

Masalah eksistensi menjadi masalah yang paling mendasar. Dari perspektif ini pula kita bisa membaca fenomena banyaknya artis yang masuk dalam kancah politik. Langkah mereka bisa kita tafsirkan sebagai strategi untuk mempertahankan kelangsungan hidup mereka dalam ruang publik. Proses kreatif apa yang dipakai untuk mempertahankan kelangsungan hidup dalam seni industri?

Bahwa kreatifitas dalam seni industri tidak lain adalah sebuah peniruan inovatif. Memang ciri khas dari seni industri adalah pengulangan, daur ulang, dan eklektik. Sifat-

sifat ini baik untuk konsumsi masa dan proses produksi. Menarik diperhatikan adalah bahwa seni non industri pun entah secara langsung ataupun tidak juga mengikuti pola ini. Misalnya dalam seni rupa, peniruan inovatif ini sering tidak terelakkan ketika seni ini masuk dalam perputaran modal yang begitu deras. Peniruan kreatif ini barangkali dianggap aneh, tapi bukankah pada zaman dulu seniman tidak lain juga hanya meniru keindahan yang diberikan oleh alam?

C. Pasar dalam Seni visual

Dalam ruang lingkup seni visual, semakin banyaknya merger terjadi maka konsentrasi kekuatan hanya pada sedikit perusahaan. Contohnya di wilayah seni rupa tidak lebih hanya lima perusahaan yang membuat sekitar 80 persen keputusan-keputusan yang berhubungan dengan penciptaan dan distribusi lukisan, patung, foto, produk desain, karya multi media dan lain sejenisnya. Impresi pertama yang kita dapatkan dari hal ini adalah adanya cukup banyak pengambil keputusan, dan bahwa pasar seni visual ini bersifat kompleks yang terbuka bagi semua orang.

Pasokan seni kontemporer

nyaris tak terbatas, dan seluruh gagasan mengenai bagaimana melakukan penaksiran atas nilai artistiknya benar-benar penuh dengan ketidakpastian. Didalam berbagai proses yang ada dalam pasar seni visual, para kurator, makelar, kolektor, pemilik galeri, pejabat pemerintah pusat dan daerah, konsultan dan beragam jenis manajer semuanya memiliki pendapat mereka sendiri. Karya-karyanyapun dapat dengan mudah dipesan atau diperjualbelikan di tempat-tempat yang disegani.

Bagaimanapun keragaman karya seni tidak tercermin melalui tempat-tempat penjualan yang ada. Segelintir seniman laku keras di pasar "terbuka" atau melalui sejumlah galeri kontemporer yang terbatas hingga sulit ditemukan di dunia barat. Dalam pengertian ini, orang dapat membendingkan situasi yang ada di dunia seni visual dengan di dunia musik, sastra, film dan cabang seni lainnya, juga di dalam bentuk-bentuk seni multimedia, dimana jumlah senimannya luar biasa besar tetapi hanya segelintir saja yang mendapatkan perhatian publik.

Raymonde Moulin menggambarkan bahwa dilema mengerikan

tengah dihadapi para mahasiswa seni yang merasa terperosok ke dalam profesi artistik. Mereka terdorong kedalam ilusi bahwa orisinalitas adalah hal yang diperhitungkan, bahwa 'tanda tangan' pribadi mereka itu penting sebab hal-hal inilah yang akan menghadirkan nilai pasar, sementara realitasnya nyaris tidak ada seorangpun dari mereka yang bisa menjual karyanya dipasar.

"penekanan senantiasa diletakkan pada orisinalitas tindakan, ide, dan kharisma. Tanda tangan seniman menegaskan sebuah upaya atau obyek sebagai sesuatu hal yang artistik, dan sekaligus mematri karakter khusus mereka di dalam pasar yang monopolistik dan terstruktur" (Moulin 1992: 364).

Jumlah seniman yang ambisius telah meningkat tajam oleh adanya despesialisasi bidang garapan seni visual, ketiadaan hambatan bagi mereka untuk masuk kewilayah artistik, gengsi yang didapat dari profesi artistik dan tentu juga karena ideologi tentang kreatifitas yang dianut secara universal. Tetapi mekanisme yang mendominasi kehidupan artistik internasional, yang merupakan hasil interaksi kehidupan artistik dengan pasar

hanya memberi kesempatan kepada sejumlah kecil seniman yang tersaring untuk menjalani karier menguntungkan. Ini semua dalam rangka mempertahankan kelangkaan dan harga karya seni. Oleh karena itu menurut Raymond Moulin, pasar seni visual itu monopolistik dan distrukturkan oleh mekanisme-mekanisme yang mendominasi kehidupan artistik internasional.

Bagaimana sebenarnya proses penyaringan ini terjadi? Dalam sembarang kasus, penelitian menunjukkan bahwa disemua bidang seni visual, segelintir seniman mendapatkan perhatian dan sorotan yang amat mencolok dibandingkan dengan yang lainnya. Pembagian proporsi antara mereka yang mendapat sorotan dengan yang tidak makin miring saja dibandingkan dengan sebelumnya.

Disisi lain tidak ada satupun divisi internasional ataupun divisi pemasaran dari konglomerasi besar yang benar-benar melakukan proses penyaringan luar biasa ini di dalam pasar yang menjalankan transaksi bisnis yang besar diseluruh dunia.

Pada tahun 1930an Walter Benjamin menduga bahwa karya-karya seni akan kehilangan auranya karena percepatan proses perkem-

bangun reproduksi mekanis yang terjadi pada saat itu (Benjamin 1963). Akan tetapi , yang terjadi justru sebaliknya. Melalui teknik reproduksi yang saat ini tersedia dimana-mana beberapa seniman menjadi dikenal, bahkan terkenal.

Hal ini berkontribusi pada kenyataan bahwa karya-karya mereka yang lama maupun yang baru mencetak harga gila-gilaan di pasar. Aurnya tidak berkurang malah sebaliknya, meningkat di pasar dengan harga-harga yang fantastis dan amat mudah berubah, sebagaimana diungkapkan oleh sebuah galeri: "memangnya ada nilai intrinsik? Tidak. Semuanya khayalan. Harga dapat mencapai, misalnya saja 50 juta dollar atau lebih tinggi lagi, lantas apa persoalannya? Mengapa tidak lebih tinggi saja? Berapapun jumlah uangnya akan bisa mendapat pembenaran (Bolton 1998:27). Sedangkan sebagian besar seniman lainnya tidak menghasilkan seperakpun dari karya mereka. Globalisasi Ekonomi telah mengonsentrasikan pendapatan pada segelintir seniman bintang saja.

D. Seniman dan Galeri

Seniman adalah orang pertama yang mengetahui karya seni-

nya, tetapi pemilik galerilah yang mengetahui apa yang harus dilakukan dengan pengetahuan tentang karya seni ini dan hingga waktu yang ditentukan pemilik galeri memiliki monopoli akan informasi ini. Pemilik galeri dapat menumpuk karya seni untuk sementara waktu, berharap harganya akan naik, atau dapat pula menciptakan kondisi-kondisi yang diinginkan untuk mempercepat penjualan dengan jalan pintas melalui 'aura' seorang seniman tertentu atau dengan cara mengambil keuntungan dari hal yang tengah membuat masyarakat keranjingan, atau dengan cara memberi kesan bahwa pembelian-pembelian spekulatif akan segera melipatgandakan nilainya (Moulin 1992: 46).

Semua ini adalah hal-hal normal didalam sebuah permainan. Namun di dunia yang telah mengglobal secara ekonomi ini beberapa galeri terkemuka makin inventif dalam taktik-taktik penjualan mereka. Raymonde Moulin mengakui bahwa kapan saja dalam perjuangan artistik "banyak pilihan berbeda dapat dibuat". Namun dikarenakan posisinya di dalam pasar, galeri-galeri terkemuka memiliki kontribusi yang amat besar

didalam proses penentuan tren artistik mana yang dominan. Jadi pilihan-pilihan tersebut dimediasikan "melalui konflik antara para pemain utama budaya dan ekonomi yang mengontrol input, begitulah istilah yang dipakai dalam bahasa ahli ekonomi.

Richard Bolton mengatakan bahwa "menetapkan harga untuk suatu karya seni akan membantu menciptakan kendali atas karya tersebut, sekaligus mempengaruhi bagaimana karya itu akan berfungsi serta siapa yang akan memilikinya". Bolton melanjutkan dari posisi kendali ini, "pasar dapat dimanipulasi dengan sengaja. Kolektor-kolektor penting dapat mengubah status karya para seniman hanya dengan cara merombak koleksi mereka" (Bolton 1998: 27-28). Dia menggambarkan bagaimana karya seni yang sangat spekulatif, kealamian pengkoleksian karya seni telah berubah. "secara tradisional para kolektor memiliki perilaku, sebagaimana para kolektor pada umumnya, untuk menjaga suatu karya seni sampai satu generasi atau lebih. Kolektor masa kini sering memajang kembali karya seni yang dibelinya di pasar setelah keuntungan mulai terlihat.

Ada kalanya lukisan-lukisan (dipasar karya seni) bahkan tidak meninggalkan gudang sama sekali. "Beberapa investor bahkan tidak mengambil lukisannya setelah lelang berakhir. "dalam atmosfir ini, seni abad ke duapuluh-termasuk karya-karya seniman yang baru muncul sekalipun telah menjadi target perolehan yang spekulatif".

Ada sejumlah alasan mengapa perusahaan mengoleksi karya seni. American Bussiness Commitee for the Arts (BCA) bahwa jawabannya adalah karena hal itu "meningkatkan penjualan, membangkitkan minat kerja pegawai, mempererat relasi dengan pegawai, memperluas kesadaran publik tentang bisnis perusahaan, dan dibeberapa hal dapat meningkatkan nilai properti (Bolton 1998: 29).

Perusahaan juga gemar mensponsori pameran, khususnya yang menyangkut isu-isu dan ide-ide yang mendukung aktivitas mereka, jadi sewaktu membuka pabrik perakitan baru di Selandia Baru, Mobil memberi sumbangan besar pada sebuah pameran di Maori.

Perusahaan ini juga memutuskan untuk mendanai galeri-galeri Islami di Museum Metropolitan di New York, serta pameran *Unity In*

Islami Art. Perusahaan menamai tindakan mereka ini sebagai "gabungan daya tarik pemasaran". United Technologies terkenal sebagai perusahaan yang memproduksi senjata, selain banyak barang-barang lainnya, perusahaan ini berkonsentrasi untuk mensponsori kesenian di Eropa, Australia, dan wilayah-wilayah lain terpat gerakan-gerakan pelucutan senjata tumbuh subur dan kuat.

E. Peran Kurator

Cara-cara bagaimana globalisasi ekonomi mengubah budaya umum yang melingkupi karya seni memiliki pengaruh-pengaruh yang spesifik terhadap profesi kurator dan karakter pameran-pameran yang ada. Sampai beberapa saat yang lalu, kurator berfungsi sebagai pemisah antara cita rasa dan kualitas, sehingga dalam pengertian ini mereka adalah pendidik. Reesa Greenberg mencatat bahwa otoritas peran juru pemisah ini 'berangkat dari seperangkat kriteria absolut-yang ujung ujungnya adalah hal-hal ideologis- yang berpijak pada parameter-peremeter yang retriaktif dari norma-norma modernisme/Postmodernisme.

Greenberg menggambarkan bagaimana tugas para kurator seni mencakup memberikan penilaian atas kualitas satu lukisan dibandingkan dengan lukisan-lukisan lain, atau satu orang seniman dibandingkan dengan seniman lain. Lebih dari sekedar kritikus seni atau makelar galeri, kurator menetapkan arti dan status seni kontemporer melalui perolehannya, pamerannya dan interpretasi terhadapnya (Greenberg 1996: 22-23).

Dengan berkembangnya pameran dan koleksi-koleksi karya seni di seluruh dunia, peran kurator seni sebagai wasit kualitas telah perlahan-lahan digantikan oleh mediator budaya, yang menurut Reesa lebih baik disebut "makelar", kita juga dapat mengatakan bahwa fungsi-fungsi kurator di jaman sekaranag ini adalah sebagai juru kompor bagi berbagai kepentingan yang berhadap-hadapan. Galeri-galer terkemuka dan para pedagang seni ingin melihat bahwa karya-karya yang mereka presentasikan dapat ditampulkan secara luas. Sebab hal ini dapat mempertinggi status dan harga moneter dari karya tersebut.

Para kolektor dan perusahaan dapat masuk kedalam pusat perhatian melalui pameran-pameran di museum-museum terpandang, yang secara ekonomi tidaklah menjadi masalah bagi mereka. Hasil karya seniman-seniman dari seluruh dunia harus dipamerkan, tetapi siapa yang akan terseleksi? Dalam membuat keputusan, para kurator harus mempertimbangkan pandangan-pandangan para ahli diberbagai bidang, galeri-galeri dan para kolektor, serta (dibanyak negara eropa) otoritas publik yang semuanya memiliki kepentingannya sendiri.

Jadi Fungsi Kuratorial secara inheren terbatas oleh kelompok-kelompok dan konstituen-konstituen yang lebih besar atau lebih berkuasa, "demikian kesimpulan dari Reesa Greenberg." Berpura-pura bahwa ada sebuah lapangan alternatif untuk bertindak diluar jaringan pasar atau kepentingan-kepentingan yang dominan secara institusional adalah pemikiran yang keliru". Tampaknya cukup adil untuk mengatakan bahwa kebanyakan dari kelompok-kelompok dan konstituen-konstituen ini berorientasi Barat dan bekerja menurut prinsip-prinsip dasar yang disebutkan diatas. Dari begitu banyak seniman yang ada

hanya sedikit yang terseleksi.

SIMPULAN

Krisis Global yang dampaknya mulai terasa di Indonesia sekarang mulai mempengaruhi dunia seni rupa kita. Pengaruh krisis ini sangat dirasakan oleh seniman. Sebagian besar seniman yang berkarya 'Art for Art' terlebih lagi seniman yang tidak sempat mencicipi *booming* Seni Rupa di Indonesia adalah yang paling merasakan pengaruh negatif.

Sebagian besar dari mereka kurang memahami mekanisme pasar yang berjalan beserta perangkat pen-dukungnya, dengan demikian di-harapkan dengan memahami situasi dan kondisi pasar mereka mampu bertahan dan tetap aktif dan selektif dalam berkarya.

Seniman hendaknya juga mempertimbangkan kemungkinan berkarya dalam konteks " Art for Market". Sehingga seniman memiliki produk sampingan yang berbasis mass produk untuk mendukung idealisme berkarya, karena tanpa dukungan dari sumber keuangan lain, seniman akan kesulitan dalam memproduksi karya seninya.

Penulis: **Retno Wulandari**
Mahasiswa Pasca Sarjana ISI Yogya

DAFTAR PUSTAKA

Barthes, Roland. 1981. *Camera Lucida*, New York: Hill and Wang, 28-29

Bolton, Richard (1998) *Enlightened Self-Interest: The Avant-Garde in the 1980's*, dalam Kester 1998: 23-50

Moulin, Raymonde (1992) *L'artiste, l'institution et le marche*, Paris (Flammarion).

Rowland, Susan (2008) *Psyche and the Arts*, Routledge, New York

Smiers, Joost, (2009) *Arts Under Pressure*, Terjemahan, INSISTPress.

Sunardi, ST, (2012) *Vodka dan Birahi Seorang Nabi*, Jalasutra.