



Memotion of Fragrance

Sharon Elnissi
Muhamad Ali Rahim
Wawan Suryana
Universitas Kristen Maranatha
Pos-el:sharonelnisitanok@gmail.com
aimmarahimm@gmail.com
2464wskodrat@gmail.com

DOI: 10.32884/ideas.v8i1.492

Abstrak

Karya yang dihadirkan menggunakan readymade object dengan teknik merakit mix-media yang dikombinasikan dengan teknik *olfactory art* (seni rupa penciuman), memanfaatkan Parfum wanita. Permasalahannya adalah bagaimana aroma khas dari parfum wanita yang dihadirkan dalam karya dapat mempengaruhi emosi dan/atau memori apresiator yang mencium aroma tersebut. Tujuan penelitian penciptaan ini memberikan pengalaman estetik yang dapat mempengaruhi emosi dan/atau memori apresiator karena mencium aroma khusus pada karya. Metode yang digunakan adalah studi literatur, wawancara, dan eksperimen kekarya. Hasil dari penelitian penciptaan ini adalah berupa delapan karya yang memvisualisasikan tujuh emosi manusia, dengan harapan, aroma pada karya dan mempengaruhi memori dan emosi apresiator.

Kata Kunci

Emosi, memori, *olfactory art*, parfum, wanita

Abstract

The work presented uses readymade objects with a mix-media assembling technique combined with the 'olfactory art' technique (the art of smell), utilizing women's perfume. The problem is how the distinctive scent of a woman's perfume presented in the work can affect the emotions and/or memory of the appreciator who smells the scent. The purpose of this creation research is to provide an aesthetic experience that can affect the emotions and/or memory of the appreciator because it smells a special aroma in the work. The methods used are literature studies, interviews, and work experiments. The results of this creation research are in the form of eight works that visualize seven human emotions, with hope, aroma in the work and influencing the memory and emotions of the appreciator.

Keywords

Emotion, memory, olfactory art, perfume, women

Pendahuluan

Aroma dapat memicu memori, mempengaruhi suasana hati dan emosi bagi yang menghirupnya (Synnott, 2007). Bau-bauan dapat menimbulkan sebuah memori dan emosi bagi manusia terhadap relasi sosial dan seksual. Memori yang dihasilkan dari bebauan disesuaikan dengan hal yang positif atau negatif berdasarkan konteks yang diingat. Sebagai contoh kotoran ayam menjadi harum ketika menimbulkan memori yang indah, sebaliknya ketika terjadi hal yang buruk sama dengan bebauan yang tidak enak. Realitas dapat dikatakan bahwa berbau harum berarti baik, dan sebaliknya berbau tidak enak berarti jahat. Penciuman dapat mempengaruhi penglihatan. Penglihatan adalah simbol diri, bukan hanya dalam warnanya, tetapi juga ekspresi suasana hati, emosi, dan watak.

Peranan utama parfum bagi wanita adalah menggantikan bau sebelumnya lalu menciptakan aroma yang baru supaya tercium manis, enak, menjadi cantik, dan menarik (Maiti & Bidinger, 1981). Parfum dapat dijadikan identitas kepribadian diri karena dapat mengenal seseorang melalui wanginya, sehingga kerap membuat wanita merasa lebih dapat meningkatkan kepercayaan diri dan memancarkan pesona. Menghadirkan wangi bunga mawar, dalam karya seni yang menggunakan Indera penciuman disebut dengan *olfactory*. Rancangan visual dikombinasikan dengan "Olfactory Art" dengan memanfaatkan indera penciuman yang digunakan untuk menangkap aroma khas pada karya.

Aroma khas dari parfum wanita dapat berperan sebagai identitas dan persona pemakainya. Dengan Mencium aroma tersebut, akan mengaktifkan memori seseorang yang menciumnya atas identitas dan pesona seorang wanita yang memiliki relasi sosial dan seksual terhadapnya. Memori tersebut hadir karena rangsangan penciuman, dan penglihatan, memunculkan memori visual dari pengalaman orang yang mencium bau parfumnya. Memori akan pengalaman tersebut lah yang akan memunculkan emosi penciumnya, emosi tersebut akan berbeda-beda tiap individu tergantung apakah pengalamannya terdahulu baik atau tidak.

Metode

Metode yang tepat digunakan adalah eksplorasi dalam mencari inovasi karya dengan berbagai media dan teknik, sehingga dapat memperkuat konsep karya dan menerobos batas-batas dalam seni lukis. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan seorang ahli parfum, selanjutnya hasil dari data wawancara direduksi datanya disesuaikan dengan tujuan penelitian. Studi literatur dengan pendataan seniman-seniman yang menjadi referensi sebagai penunjang dalam pengambilan teori yang mendasar. Penguatan konsep karya dilakukan dengan cara menggunakan dan mempelajari dari berbagai buku dan media internet sebagai cara untuk memperkuat ide konsep, teori, teknik, dan media dalam proses penciptaan karya (Creswell, 2014; Pandanwangi, 2015; Yusuf, 2017).

Hasil dan Pembahasan

Hasil

*ME*motion of fragrance berasal dari tiga kata, yaitu *memory*, *emotion*, dan *fragrance*. *ME*motion adalah cipta-istilah yang dimodifikasi dari dua kata dalam Bahasa Inggris: 'Memory' dalam Bahasa Indonesia 'Memori' (=ingatan/ catatan peringatan) dan 'Emotion' dalam Bahasa Indonesia 'Emosi' (=perasaan/ reaksi psikologis). Dengan adanya penggabungan dua kata 'Memory' dan 'Emotion' diadaptasi menjadi '*ME*motion' menghasilkan "ME" di awal kata. 'ME' dalam Bahasa Indonesia 'Saya' (=orang yang berbicara/ menulis). 'ME' dalam judul mempertunjukkan diri sendiri sebagai wanita yang menyukai aroma parfum bunga mawar secara personal, kemudian dapat mewakili memori dan emosi apresiator melalui pengalamannya masing-masing. 'Fragrance' dalam Bahasa Indonesia 'Keharuman' (=kewangian) yang ditampilkan pada karya sebagai aroma wangi parfum dari wanita.

*ME*motion of Fragrance merupakan respon mengenai karya seni yang melibatkan kewangian dapat merangsang memori dan emosi bagi apresiator. Kewangian yang dihadirkan adalah aroma wangi dari parfum wanita. Apresiator menggunakan indera lain selain mata, yaitu indera penciuman untuk dapat menikmati rancangan karya. Memori dan emosi yang dihadirkan berasal dari pengalaman setiap apresiator masing-masing yang berasal dari aroma wangi yang dihasilkan dari parfum wanita.

Bunga merupakan salah satu bagian dari tumbuhan yang memiliki warna yang indah dan harum baunya, jenis bunga sangat beragam seperti mawar, melati, dan sebagainya (Karamah, 2020). Bunga sering digunakan sebagai simbol keindahan bagi kaum wanita. Istilah bunga sudah digunakan untuk menggambarkan feminitas dalam seni setidaknya sejak abad pertengahan. Sejak renaissance hingga abad kedelapan belas, wanita sering kali dikaitkan dengan bunga mekar atau kerangka bunga untuk mewakili kesuburan dan kecantikan. Bunga sebagai motif dalam seni pada abad ke-19 dengan gerakan estetika karena kegunaan utama bunga bagi manusia dianggap berada dalam kenikmatan estetika yang diberikan melalui rangsangan indera visual, sentuhan, dan penciuman (A. Scott, 1992). Bunga mawar dilambangkan sebagai kesempurnaan, misteri, kehidupan, dan kecantikan sebagai bunga feminin, namun ketika bunga mawar lenyap melambangkan kematian, kefanaan, dan kesedihan; duri-durinya menandakan kesakitan. Bunga mawar dalam penguburan melambangkan kehidupan yang kekal. Bunga mawar direpresentasikan sebagai lingkaran dan bagi Kristen dilambangkan sebagai keindahan, kesempurnaan, dan keharuman.

Memori adalah ingatan yang memiliki hubungan antara pengalaman yang sudah terjadi di masa lalu. Memori manusia dibagi dua jenis, yaitu memori jangka pendek dan memori jangka panjang. Pengelompokan memori pada dasarnya diasumsi melalui tahap informasi pertama kali dilakukan dengan sistem memori jangka pendek (Bhinnety, 2015). Dalam memori jangka pendek tidak berjalan sendiri, namun selalu berhubungan dengan "pengetahuan" yang tersimpan dalam sistem memori jangka panjang. Memori jangka panjang adalah



kemampuan mengingat masa lalu yang menggunakan informasi tersebut untuk dimanfaatkan pada saat ini. Memori jangka panjang memiliki kapasitas yang tidak terbatas dan memiliki durasi yang seolah-olah tidak pernah berakhir. Setiap informasi yang berada dalam memori jangka pendek akan diubah ke dalam memori jangka panjang, jika informasi tersebut tersimpan cukup lama dalam memori jangka pendek.

Memori jangka panjang menjadi bagian tempat penyimpanan informasi. Manusia dapat mengeluarkan atau memanggil kembali informasi dari memori yang sudah tersimpan (Bina & Informatika, 2019). memanggil kembali memori yang tersimpan dibagi menjadi dua proses yaitu: pertama, recognition dimana memanggil informasi dengan menggunakan petunjuk atau objek yang berkaitan dengan informasi yang tersimpan dalam memori. Kedua, recall adalah cara memanggil kembali informasi tanpa menggunakan petunjuk atau objek. Aroma memberikan pengaruh yang jauh lebih besar dan lebih cepat membangkitkan memori dibandingkan dengan visual dan suara (Tivona, 2018). Keterkaitan tentang informasi aroma wangi parfum khususnya aroma parfum wanita disimpan dalam memori jangka panjang manusia karena sudah lama dikenal dalam otak yang kemudian memanggil kembali informasi dengan adanya pemicu dari aroma yang ditimbulkan dari parfum wanita yang memiliki hubungan kuat dengan memori emosional (Wahyuningtyas, 2015).

Emosi (=luapan perasaan yang berkembang dan surut dalam waktu singkat) adalah suatu keadaan di dalam diri seseorang yang tidak terlihat atau sulit untuk diprediksi karena emosi berada di dalam diri sendiri, dimana sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan (dari luar) (Susanti, 2018). Emosi merupakan kondisi tergerak yang memiliki unsur penghayatan perasaan subjektif, rangsangan yang timbul secara tiba-tiba tentang perasaan yang dihayatinya. Emosi memiliki keadaan yang kuat dimana diikuti oleh ekspresi dan pikiran yang khas mempengaruhi perilaku. Emosi dapat disadari berupa kegembiraan, ketakutan, kemarahan, dan lain-lain.

Emosi muncul ketika seseorang mengingat sesuatu peristiwa yang menyentuh perasaan (Elita, 2004). Panca indera, pikiran, dan perasaan sangat mempengaruhi kehidupan manusia, hal ini merupakan sebuah komunikasi interaksi emosi pada diri manusia. Aroma selalu dikaitkan dengan suasana hati (mood) manusia. Aroma yang dihirup manusia dapat menimbulkan emosi atas kenangan atau peristiwa yang bermacam-macam pada masa lalu. Aroma mengirikan pesan komunikasi tertentu karena aroma berasosiasi dengan daya tarik yang sering kali memicu emosi (Wahyuningtyas, 2015). Efek dari aroma mempengaruhi suasana hati, memori, dan persepsi tentang orang lain (Ghasani & Bhinnety, n.d.). Aroma yang tersimpan dalam memori jangka panjang akan memiliki hubungan yang kuat dengan memori emosional. Aroma dapat mendorong pikiran seseorang untuk memicu ingatan akan emosi, karena aroma berhubungan dengan konteks mengirim sinyal pada ingatan masa lalu sehingga memunculkan kembali ke permukaan untuk menghasilkan emosi tertentu bagi yang mengalaminya.

Warna adalah sesuatu yang dapat berhubungan dengan emosi manusia, dan dapat menimbulkan pengaruh psikologis (Yunaldi, 2016). Penggolongan warna dibagi menjadi dua yaitu warna eksternal : warna yang bersifat fisika dan warna internal warna sebagai persepsi manusia, dimana manusia melihat warna yang kemudian mengolahnya di otak dan menjadi emosi (Darmaprawira, 2002; Kleiner, 2014; Yunaldi, 2016).

Psikologi warna berpengaruh terhadap suasana hati, perasaan, dan perilaku. Perasaan seseorang terhadap warna terkadang sangat pribadi dan berakar pada pengalaman tiap manusia. Meskipun persepsi tentang warna agak subjektif, namun terdapat efek warna yang memiliki makna yang universal (Cherry, 2020).

Pembahasan

Karya I

Karya ini diberi judul *Fragrance of Emotion* dan menjadi karya pengawal dari 8 seri karya. Instalasi berukuran 75 x 40 x 155 cm ini mewakili 7 emosi manusia yang disimbolkan dengan 7 aroma dan 7 warna.



Gambar 1. The Fragrance of Emotion, Sumber : Dokumentasi tim peneliti, 2021

Pada karya pertama ini adalah karya mix-media tiga dimensi yang dapat dilihat dari berbagai sisi. Pada bagian atas karya menggunakan kerangka besi jaring ram dinding yang diikat pada tembok sehingga ram besi tergantung. Pada karya terlihat rantai besi yang diikat pada besi jaring ram dengan jumlah rantai besi lebih dari 100 buah rantai. Kemudian botol kaca digantungkan pada rantai besi dengan menggunakan tali kenur. Setiap rantai besi digantungkan rata-rata 5 sampai 6 botol setiap rantainya. Setiap botol kaca diisi dengan cairan alkohol berwarna. Karya ini memvisualisasikan tujuh macam emosi manusia yang dimunculkan melalui memori dari aroma.

Ram besi berbentuk persegi panjang yang merepresentasikan memori manusia terhadap aroma terkotak-kotak walaupun dalam lingkup area yang sama. Memori yang dimiliki tiap orang terbagi-bagi sesuai dengan pengalaman yang dialaminya. Memori terpanggil melalui aroma yang ditampilkan dalam karya.

Rantai besi silver yang terdapat pada karya merepresentasikan kemewahan, pengikat, dan akan terus berhubungan. Rantai diibaratkan seperti aroma yang akan terus terikat dengan penciuman, memori, dan emosi. Kemewahan dari aroma parfum bunga mawar yang memiliki aroma yang mewah bagi penggunanya. Rantai besi yang pendek merepresentasikan bahwa aroma akan masuk pada memori jangka pendek dan akan dibawa ke memori jangka panjang yang divisualisasikan lewat rantai lebih panjang.

Visual botol kaca mini tutup kayu gabus memiliki bentuk tabung lingkaran. Botol kaca identik dengan bahan botol parfum yang mewah. Pemasangan botol kaca pada rantai yang tergantung vertikal dengan jarak yang dinamis antara satu botol dengan botol yang lainnya. Visual warna yang dihadirkan pada karya berupa pewarna yang dicampur dengan alkohol. Warna yang digunakan adalah merah, hitam, pink, biru, ungu, hijau, kuning tua. Ketujuh warna tersebut merepresentasikan warna-warna yang sesuai dengan psikologi warna terhadap emosi, yaitu : marah, dukacita, cinta, sedih, kemegahan, natural, dan takut.

Masing-masing rantai pada karya memiliki variasi volume cairan warna yang berbeda satu sama lain dan jarak pemasangan yang berbeda pula. Hal ini merepresentasikan bahwa tingkat emosi manusia seorang dengan yang lain berbeda-beda berdasarkan pengalaman pribadinya.

Apresiator menggunakan indera penciuman untuk dapat menikmati rancangan karya yang kemudian dapat 'memanggil' ingatan dan membangkitkan emosi yang beragam dari setiap apresiator karena tergantung dari pengalamannya melalui aroma bunga mawar yang dihadirkan pada karya yang diwakilkan melalui warna.

Karya II

Karya ini diberi judul The Anger dan menjadi karya ke-2 dari 8 seri karya. Instalasi berukuran 100 x 15 x 100 cm ini mewakili salah satu emosi dari 7 emosi manusia yaitu anger dan disimbolkan dengan aroma khusus, warna merah, dan visual pendukung lainnya.



Gambar 2. *The Anger*
Sumber Dokumentasi tim peneliti, 2021

Pada karya kedua berwujud karya mix-media menggunakan triplek berbentuk lingkaran berwarna merah dengan menunjukkan satu sisi karya pada bagian depan. Pada karya terlihat pecahan kaca akrilik berwarna merah, bunga mawar berwarna merah kehitam-hitaman, dan botol parfum yang sudah diisi cairan pewarna warna merah. Komposisi setiap objek pada karya diletakkan secara acak menunjukkan ledakan kemarahan yang menghasilkan efek yang tidak terduga sebelumnya. Karya ini memvisualisasikan emosi kemarahan yang dipicu oleh aroma parfum bunga mawar pada karya.

Visual karya memperlihatkan triplek yang sudah disapu oleh cat akrilik berwarna merah yang dimaknai sebagai warna marah dalam psikologi warna. Penggunaan cat akrilik dibuat solid agar tidak transparan dan menghasilkan warna yang pekat. Penggunaan warna merah merupakan representasi memori yang dipicu oleh aroma yang kemudian memunculkan emosi marah bagi seseorang yang memiliki pengalaman yang tidak menyenangkan. Emosi marah dipicu oleh rasa emosi yang tinggi.

Visual botol parfum merepresentasikan bahwa parfum dan aromanya merupakan *readymade object* yang diproduksi massal, sehingga semua orang dapat memilikinya. Pada karya menghadirkan dua botol parfum yang sudah diberi cairan pewarna berwarna merah. Salah satu botol parfum dengan tutup botol yang terlepas menggambarkan pelemparan kemarahan. Kedua botol parfum mengarah ke atas karena merepresentasikan seolah-olah ledakan emosi kemarahan.

Visual bunga mawar plastik merupakan metafora wanita melalui aroma bunga mawar. Kemudian bunga mawar plastik yang dibakar bagian tepi kelopaknya menunjukkan dampak api kemarahan. Visual pecahan kaca akrilik yang tajam dengan posisi bersudut berwarna merah memvisualisasikan bahwa kemarahan dapat menimbulkan kerusakan bagi sekitarnya.

Karya III

Karya ini diberi judul *The Depression* dan menjadi karya ke-3 dari 8 seri karya. Instalasi berukuran 100 x 15 x 100 cm ini mewakili salah satu emosi dari 7 emosi manusia yaitu *Depression* dan disimbolkan dengan aroma khusus, warna hitam, dan visual pendukung lainnya.



Gambar 3. *The Depression*,
Sumber Dokumentasi tim peneliti, 2021

Pada karya ketiga berwujud karya mix-media menggunakan triplek berbentuk lingkaran berwarna hitam dengan menunjukkan satu sisi karya pada bagian depan. Pada karya terdapat kelopak bunga mawar plastik berwarna hitam yang berjumlah lebih dari 50 buah kelopak bunga. Kemudian terdapat tiga botol parfum. Karya ini memvisualisasikan emosi dukacita yang dipicu oleh aroma pada karya.

Visual karya memperlihatkan triplek berukuran diameter 100cm yang sudah disapu oleh cat akrilik berwarna hitam yang dimaknai sebagai warna dukacita dalam psikologi warna. Penggunaan cat akrilik dibuat solid agar tidak transparan dan menghasilkan warna yang pekat. Penggunaan warna hitam merupakan representasi memori yang dipicu oleh aroma parfum bunga mawar yang kemudian memunculkan emosi dukacita bagi seseorang yang memiliki pengalaman sedih yang mendalam. Emosi berduka dipicu oleh rasa emosi kehilangan.

Visual kelopak bunga plastik lepas merepresentasikan bahwa bunga mawar yang tidak utuh dan lenyap diartikan sebagai kematian. Kelopak bunga dikomposisikan dimana pada bagian atas, kelopak bunga diletakkan saling berdekatan, kemudian makin kebawah kelopak bunga semakin berjarak. Penempatan kelopak bunga merepresentasikan ketika saat seseorang berada di pemakaman, maka orang tersebut menabur kelopak bunga yang diambil dengan genggaman tangan yang kemudian di lepaskan secara ditabur di atas tanah.

Visual tiga botol parfum yang diletakkan mengarah kebawah merepresentasikan bahwa dukacita mengarah ke bawah dan terpuruk karena kesedihan yang mendalam atas kehilangan atau kematian. Setiap botol parfum yang digunakan diisi dengan cairan pewarna.

Dukacita merupakan respon emosi yang diekspresikan terhadap kehilangan dengan adanya perasaan sedih yang mendalam terhadap suatu kehilangan atau kematian. Pada karya ini, dapat mewakili apresiator yang ketika mencium aroma bunga mawar yang digunakan pada karya yang kemudian dapat memunculkan memori dan emosi dukacita yang didukung oleh pewarnaan karya yang hitam.

Karya IV

Karya ini diberi judul *The Love* dan menjadi karya ke-4 dari 8 seri karya. Instalasi berukuran 100 x 15 x 100 cm ini mewakili salah satu emosi dari 7 emosi manusia yaitu Love dan disimbolkan dengan aroma khusus, warna merah muda, dan visual pendukung lainnya.



Gambar 4. *The Love*

Sumber Dokumentasi tim peneliti, 2021

Pada karya keempat berwujud karya mix-media menggunakan triplek berbentuk lingkaran dan pada bagian tengah lingkaran terdapat lingkaran dalam yang berlubang sehingga tembok dibelakangnya terlihat jelas. Lingkaran luar berwarna pink dengan menunjukkan satu sisi karya bagian depan. Karya ini memvisualisasikan emosi cinta yang dipicu oleh aroma parfum bunga mawar pada karya.

Visual karya memperlihatkan triplek berukuran diameter 100cm yang sudah disapu oleh cat akrilik berwarna pink yang dimaknai sebagai warna cinta dalam psikologi warna. Penggunaan cat akrilik dibuat solid agar tidak transparan dan menghasilkan warna yang pekat. Penggunaan warna pink merupakan representasi memori yang dipicu oleh aroma yang kemudian memunculkan emosi cinta bagi seseorang yang memiliki pengalaman menyenangkan. Emosi cinta dipicu oleh rasa emosi kasih sayang. Emosi ini tidak hanya berlaku untuk lawan jenis tetapi meliputi persahabatan, kebaikan hati, dan rasa dekat terhadap seseorang.



Visual lingkaran dalam yang berlubang berdiameter 60cm merepresentasikan bahwa aroma parfum bunga mawar yang digunakan tidak terlihat namun mampu menimbulkan emosi cinta bagi yang menciumnya melalui pengalaman masing-masing apresiator yang tidak memiliki batasan kebahagiaan, sama seperti lingkaran bagian tengah yang berlubang tidak memiliki akhiran.

Visual triplek berbentuk lingkaran merepresentasikan bahwa lingkaran adalah bentuk kewanitaan. Sedangkan visual bunga mawar utuh sebagai kesempurnaan dan kecantikan. Keduanya merepresentasikan bahwa penggunaan aroma parfum bunga mawar sebagai pemuci memori dan emosi. Lingkaran melambangkan tidak terbatas dan tidak terputus yang merepresentasikan bahwa memori dan emosi akan terus berputar dalam diri seseorang ketika ada pemicu yaitu aroma maka memori dan emosi dapat kembali teringat dan keluar sebagai emosi.

Visual bunga mawar plastik berwarna pink yang ditampilkan terlihat mengkilap karena ditambahkan serbuk *glitter* pada setiap kelopak bunga yang menambah kecantikan pada bunga ketika terkena cahaya. *Glitter* berwarna pink merepresentasikan bahwa cinta memancarkan pesona bagi siapa saja yang ada di sekitarnya. Bunga mawar pink merupakan representasi cinta.

Visual lain yang ditampilkan pada lingkaran luar terlihat memiliki tekstur yang ketika di raba terasa. Warna yang digunakan sama-sama berwarna pink dengan menambahkan campuran bubuk metalik sehingga warna lebih muda. Tekstur memiliki bentuk organik yang menyerupai lingkaran yang direpresentasikan bahwa ketika seseorang sedang dalam emosi jatuh cinta mereka akan membagikan kebahagiaan kepada orang yang ada di sekitarnya.

Visual rantai yang tergantung pada bagian tengah karya selain sebagai pengikat botol-botol parfum dan bunga plastik, rantai merepresentasikan bahwa cinta akan menular kepada orang lain, kebahagiaan dibalas dengan kebahagiaan. Pada rantai bagian paling kiri yang dipasang pada karya memiliki ukuran lebih pendek daripada dua rantai di kanan. Hal tersebut dapat merepresentasikan bahwa cinta yang tumbuh akan semakin panjang.

Visual botol parfum yang digunakan berjumlah lima buah botol, yang terdapat tiga botol parfum berukuran besar dan dua botol parfum berukuran kecil. Seluruh botol parfum diisi dengan cairan pewarna. Botol parfum digantung secara berdiri merepresentasikan bahwa emosi cinta yang mengarah keatas.

Karya V

Karya ini diberi judul *The Sadness* dan menjadi karya ke-5 dari 8 seri karya. Instalasi berukuran 100 x 15 x 100 cm ini mewakili salah satu emosi dari 7 emosi manusia yaitu *Sadness* dan disimbolkan dengan aroma khusus, warna biru, dan visual pendukung lainnya.



Gambar 5. *The Sadness*

Sumber Dokumentasi tim peneliti, 2021

Pada karya kelima berwujud karya mix-media menggunakan triplek berbentuk lingkaran dan pada bagian tengah lingkaran terdapat lingkaran lebih kecil. Lingkaran luar berwarna biru dan lingkaran yang lebih kecil pada bagian tengah berwarna biru tua dengan menunjukkan satu sisi karya bagian depan. Karya ini memvisualisasikan emosi sedih yang dipicu oleh aroma parfum bunga mawar pada karya.

Visual memperlihatkan triplek berukuran diameter 100cm yang sudah disapu oleh cat akrilik berwarna biru pada bagian lingkaran luar dan pada lingkaran dalam berwarna biru tua dengan ukuran diameter 60cm. warna yang dimaknai sebagai warna sedih dalam psikologi warna. Penggunaan cat akrilik dibuat solid agar tidak

transparan dan menghasilkan warna yang pekat. Penggunaan warna biru merupakan representasi memori yang dipicu oleh aroma yang kemudian memunculkan emosi sedih bagi seseorang yang memiliki pengalaman suram. Emosi sedih dipicu oleh rasa emosi kesedihan yang tidak permanen. Perbedaan warna biru dapat diinterpretasikan bahwa kesedihan memiliki tingkatan masing-masing yaitu pada triplek lingkaran luar merepresentasikan bahwa ketika seseorang teringat memori sedih akan menampilkan emosi tanpa menangis dan hanya terlihat dari raut wajah, sedangkan pada triplek lingkaran dalam dengan warna biru tua dalam merepresentasikan ketika seseorang menampilkan emosi sedih terdalam, cenderung mengeluarkan air mata.

Visual bunga mawar plastik digunakan terdapat dua tipe, yaitu bunga plastik berupa kelopak dan bunga plastik utuh yang keduanya memiliki warna biru. Pada bagian luar lingkaran memperlihatkan kelopak bunga yang lenyap yang melambangkan kesedihan. Pada bagian dalam lingkaran kecil terdapat bunga mawar mekar dengan efek air embun yang merepresentasikan bahwa emosi yang dingin yang menarik diri dari keramaian ketika seseorang sedih. Bunga yang utuh menandakan bahwa secara utuh terhadap diri sendiri tanpa memedulikan orang lain.

Selanjutnya, pada bagian lingkaran tengah terdapat mute hiasan mata berlian imitasi berwarna biru yang diletakkan secara acak melambangkan air mata dan ikatan mute hiasan mata berlian imitasi merepresentasikan air mata yang jatuh akibat kesedihan yang mendalam. Pemasangan hiasan mata berlian imitasi memiliki ujung akhir yang merepresentasikan bahwa air mata dalam emosi kesedihan merupakan emosi yang tidak permanen dan tidak berlangsung dalam jangka waktu yang lama.

Visual tiga botol parfum yang diletakkan mengarah kebawah merepresentasikan bahwa kesedihan mengarah ke bawah karena mengingat masa lalu yang menyedihkan lewat aroma parfum pada karya. Setiap botol parfum yang digunakan diisi dengan cairan pewarna biru.

Karya VI

Karya ini diberi judul *The Magnificent* dan menjadi karya ke-6 dari 8 seri karya. Instalasi berukuran 100 x 15 x 100 cm ini mewakili salah satu emosi dari 7 emosi manusia yaitu *Magnificent* dan disimbolkan dengan aroma khusus, warna ungu, dan visual pendukung lainnya.



Gambar 6. *The Magnificent*
Sumber Dokumentasi tim peneliti, 2021

Pada karya keenam berwujud karya mix-media menggunakan triplek berbentuk lingkaran berwarna ungu dengan menunjukkan satu sisi karya pada bagian depan. Pada karya terdapat kain berwarna ungu, botol parfum, dan bunga mawar plastik. Pada karya terdapat bunga mawar berwarna ungu yang berjumlah lebih dari lima yang diletakkan di atas kain berwarna ungu di sebelah kiri. Pada bagian sebelah kanan terdapat botol parfum berjumlah lebih dari lima dengan beragam bentuk dan ukuran. Karya ini memvisualisasikan keagungan yang dipicu oleh aroma parfum bunga mawar pada karya.

Visual karya memperlihatkan triplek berukuran diameter 100cm yang sudah disapu oleh cat akrilik berwarna ungu yang merepresentasikan sebagai warna keagungan atau kebesaran. Penggunaan cat akrilik dibuat solid agar tidak transparan dan menghasilkan warna yang pekat. Penggunaan warna ungu merupakan representasi memori yang dipicu oleh aroma yang kemudian memunculkan keagungan bagi seseorang yang memiliki pengalaman perasaan mengagungkan aroma parfum.

Visual kain berwarna ungu merepresentasikan keagungan terhadap parfum yang digunakan sebagai pengganti aroma yang lama menjadi wangi harum dimana seperti kain yang indah menutupi tubuh untuk terlihat mewah dan menawan. Kain berwarna ungu melambangkan kebangsawanan yang dapat merepresentasikan bahwa parfum digunakan oleh orang yang dianggap tinggi derajatnya. Kain ungu terlihat menyerupai rambut wanita yang terurai kedepan merepresentasikan bahwa aroma parfum menambah kecantikan pada wanita yang tidak terlihat dengan menimbulkan kesan pengagungan terhadap aroma yang digunakan pada karya.

Visual botol parfum sebagai benda yang diproduksi pabrik memiliki bentuk dan ukuran berbeda namun tetap merepresentasikan perasaan kemegahan bagi seseorang yang mencium aroma sebagai benda yang mewah. Botol parfum tersusun secara vertikal merepresentasikan kemegahan.

Keagungan merupakan respon yang diekpresikan terhadap mengagung-agungkan sesuatu dimana dalam konteks karya mengagungkan aroma parfum pada karya. Aroma yang digunakan sebagai kemewahan.

Karya VII

Karya ini diberi judul *The Nature* dan menjadi karya ke-7 dari 8 seri karya. Instalasi berukuran 100 x 15 x 100 cm ini mewaliki salah satu emosi dari 7 emosi manusia yaitu *Nature* dan disimbolkan dengan aroma khusus, warna hijau, dan visual pendukung lainnya.



Gambar 7. *The Nature*
Sumber Dokumentasi tim peneliti, 2021

Pada karya ketujuh berwujud karya mix-media menggunakan triplek berbentuk lingkaran berwarna hijau dengan menunjukkan satu sisi karya pada bagian depan. Pada karya terdapat daun-daunan dan bunga mawar, keduanya berbahan plastik. Daun dan bunga memiliki warna hijau dan terdapat tiga botol parfum. Karya ini memvisualisasikan emosi netral yang dipicu oleh aroma pada karya.

Visual karya memperlihatkan triplek berukuran diameter 100cm yang sudah disapu oleh cat akrilik berwarna hijau yang merepresentasikan sebagai warna netral. Penggunaan cat akrilik dibuat solid agar tidak transparan dan menghasilkan warna yang pekat. Penggunaan warna hijau merupakan representasi memori yang dipicu oleh aroma yang kemudian memunculkan emosi netral bagi seseorang yang memiliki pengalaman perasaan netral atau tidak ada yang khusus. Emosi netral dipicu oleh rasa emosi tidak adanya pengalaman terhadap aroma parfum bunga mawar yang dihadirkan pada karya.

Visual bunga mawar utuh sebagai kesempurnaan dan kecantikan. Dedaunan merepresentasikan bahwa bunga mawar sebagai bagian dari alam. Lingkaran dan bunga mawar merepresentasikan bahwa pada karya menggunakan aroma parfum bunga mawar sebagai pemuci memori dan emosi. Lingkaran melambangkan tidak terbatas dan tidak terputus yang merepresentasikan bahwa memori dan emosi akan terus berputar dalam diri seseorang ketika ada pemicu yaitu aroma maka memori dan emosi dapat kembali teringat dan keluar sebagai emosi.

Visual tiga botol parfum yang diletakkan dalam posisi berdiri dan tiduran, merepresentasikan bahwa botol parfum umumnya diletakkan secara berdiri namun ketika disesuaikan dengan rancangan karya, maka botol parfum diletakkan secara terlentang. Setiap botol parfum yang digunakan diisi dengan cairan pewarna.

Emosi netral mencerminkan fakta bahwa maknanya biasa saja. Emosi netral tidak memberi sinyal secara khusus dan pengaruh netral dapat mengakibatkan seseorang tidak melakukan apa-apa secara khusus. Pengaruh netral menunjukkan bahwa perhatian tidak diperlukan dan apresiator tidak memiliki perasaan terhadap aroma yang dihadirkan pada karya.

Karya VIII

Karya ini diberi judul *The Fear* dan menjadi karya terakhir dari 8 seri karya. Instalasi berukuran 100 x 15 x 100 cm ini mewaliki salah satu emosi dari 7 emosi manusia yaitu Fear dan disimbolkan dengan aroma khusus, warna kuning, dan visual pendukung lainnya.



Gambar 8. *The Fear*
Sumber Dokumentasi tim peneliti, 2021

Pada karya kedelapan berwujud karya mix-media menggunakan triplek berbentuk lingkaran yang terbagi dua berwarna kuning tua dengan menunjukkan satu sisi karya pada bagian depan. Setengah lingkaran diletakkan pada tembok, sedangkan setengahnya lagi diletakkan pada bagian bawah lingkaran atas dengan posisi siku 90 derajat seperti meja. Pada karya terdapat bunga mawar plastik berwarna kuning tua yang berjumlah lebih dari 70 buah bunga dan kemudian terdapat tiga botol parfum yang sudah diisi pewarna. Karya ini memvisualisasikan emosi takut yang dipicu oleh aroma parfum bunga mawar pada karya.

Visual karya memperlihatkan triplek yang terbagi dua berukuran garis tengah 80 cm berbanding 20 cm yang sudah disapu oleh cat akrilik berwarna kuning tua yang dimaknai sebagai warna kuning pucat merepresentasikan emosi takut dalam psikologi warna. Penggunaan cat akrilik dibuat solid agar tidak transparan dan menghasilkan warna yang pekat. Penggunaan warna kuning tua merupakan representasi memori yang dipicu oleh aroma yang kemudian memunculkan emosi takut bagi seseorang yang memiliki pengalaman terancam.

Visual triplek yang terbagi dua merepresentasikan sebagian bagian yang tersembunyi. Pada bagian yang tersembunyi digunakan sebagai meja untuk memvisualisasikan perasaan takut.

Visual bunga berwarna kuning tua merupakan metafora wanita melalui aroma bunga mawar. Bunga mawar yang diletakkan secara penuh dan rapat pada bagian permukaan triplek horizontal. Pada triplek bagian vertikal, bunga mawar disusun melingkar secara dua baris pada triplek vertikal. Pada bagian triplek horizontal bunga diletakkan secara penuh merepresentasikan tempat yang tersembunyi untuk seseorang yang merasa takut. Bunga pada bagian triplek vertikal merepresentasikan bahwa jika seseorang merasa takut akan menutupi sebagian wajahnya dengan tangan kemudian terkadang merasakan perasaan penasaran dengan membuka celah antara jarinya walaupun dalam emosi takut.

Visual tiga botol parfum yang diletakkan pada bagian triplek horizontal secara tersembunyi di belakang bunga mawar, merepresentasikan bahwa jika seseorang sedang takut mereka cenderung akan bersembunyi.

Simpulan

Memori manusia akan suatu pengalaman dapat di munculkan dengan merangsang indra-indra menggunakan hal-hal yang dikenali dan diingat dan menjadi simbol atau identitas akan pengalaman tersebut. Dalam proses pembuatan karya ini, seniman mempelajari bahwa aroma, bau-bauan, dapat juga memunculkan memori yang orang menciumnya. Ingatan-ingatan tersebut kemudian memunculkan emosi tertentu berdasarkan pengalamannya, dan emosi yang muncul



tadi dapat mempengaruhi perasaan orang tersebut saat ini, memberikan sebuah pengalaman estetis yang personal.

Aroma parfum yang dihadirkan dalam karya seni rupa membawa makna tertentu bagi apresiator yang mencium aroma tersebut, karena mengingatkan pada memori dan emosi yang pernah dialami oleh apresiator. Pemilihan aroma parfum yang digunakan pada karya berhubungan dengan ingatan terhadap sebuah lingkungan, dianggap dapat mewakili apresiator yang kebetulan memiliki pengalaman yang sama terhadap aroma parfum tersebut. Hal ini memunculkan ruang intepretasi yang bermacam-macam bagi apresiator sesuai dengan pengalamannya.

Daftar Rujukan

- Bhinnety, M. (2015). Struktur Dan Proses Memori. In *Struktur Dan Proses Memori* (Vol. 16, Nomor 2). <https://doi.org/10.22146/bps.7375>
- Bina, E. U., & Informatika, S. (2019). *Proses Penerimaan dan Pengelolaan Informasi Dalam Diri Individu* (Nomor September).
- Cherry, K. (2020). *How Colors Impact Moods, Feelings, and Behaviors*.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset* (S. Z. Qudsy (ed.); 3 ed.). Pustaka Pelajar.
- Darmaprawira, S. (2002). *Warna* (2 ed.). ITB.
- Elita, R. F. M. (2004). Memahami Proses Memori. *MediaTor*, 5, 147–160.
- Ghasani, A., & Bhinnety, M. (n.d.). *Efektivitas Aroma Peppermint untuk Meningkatkan Performansi Memori Jangka Pendek Pada Mahasiswa*.
- Karamah, A. M. (2020). *Bunga sebagai representasi suasana hati wanita*.
- Kleiner, F. S. (2014). Gardner's Art Through The Ages: A Concisw Western History. In S. A. Poore (Ed.), *Wadsworth, Cengage Learning, USA* (Third Edit). Wadsworth, Cengage Learning.
- Maiti, & Bidinger. (1981). Hidung, Bau-Bauan Dan Seni. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Nomor 9).
- Pandanwangi, A. (2015). Representasi “Teks Budaya Sunda” Menjadi Teks Visual Dalam Karya Seni Rupa Instalasi. *Seminar Nasional Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara 2015. Visual Art and Design, Past, Present, and Future*, 1–6. [http://repository.maranatha.edu/20450/1/Ariesa_Representasi Teks Budaya Sunda.pdf](http://repository.maranatha.edu/20450/1/Ariesa_Representasi_Teks_Budaya_Sunda.pdf)
- Sanyoto, S. E. (2010). *Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain*. Jelasutra.
- Susanti, R. (2018). Perkembangan Emosi Manusia. In *Jurnal Teknodik* (Vol. 4, Nomor 15). <https://doi.org/10.32550/teknodik.v4i15.389>
- Synnott, A. (2007). *Tubuh Sosial* (M.H. Abid (ed.); II). Jelasutra.
- Tivona. (2018). *Bagaimana Aroma Bisa Mempengaruhi Emosi?*
- Wahyuningtyas, B. P. (2015). Aroma sebagai Komunikasi Artifaktual Pencetus Emosi Cinta: Studi Olfactics pada Memory Recall Peristiwa Romantis. In *Humaniora* (Vol. 6, Nomor 1). <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i1.3300>
- Yunaldi, A. (2016). *Dinamika ekspresi emosi melalui garis dan warna* (Vol. 1, Nomor 2).
- Yusuf, M. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan (1st ed.)*. ((1st ed.)). Kencana.

