

ABSTRAK

NILAI IKONISITAS PADA KARYA POP ART ANDY WARHOL DAN DUA KARYA KOLABORATIF BERSAMA JEAN-MICHEL BASQUIAT (PENELITIAN DESKRIPTIF DENGAN METODE ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES S. PIERCE)

Amrita Firda Shafa
5161711001

Kondisi politik suatu negara dapat melatarbelakangi kemunculan budaya-budaya baru yang memicu terjadinya masa transisi atau masa peralihan setelah era modern. Budaya konsumerisme dan popularisme yang terjadi di negara Amerika Serikat pasca perang dunia ke II menjadi momentum emas bagi sekelompok perupa atau pelaku seni di Amerika dalam upaya merespon kondisi yang sedang diperbincangkan dan terjadi di kehidupan sehari-hari. Kelompok tersebut merupakan pionir kemunculan seni populer di Amerika Serikat.

Melalui kajian semiotika Charles S. Peirce yaitu tipologi tanda, pada konteks ikonitas yang termasuk dalam trikotomi kedua berupa citra, diagram dan metafora sebagai pisau analisis dalam penelitian. Ikonitas merupakan salah satu tanda yang kehadirannya dapat diindikasikan melalui komponen representamen dan objek, karena kedua komponen tersebut memiliki kemiripan atau keterkaitan. Objek dan representamen termasuk dalam struktur triadik pada semiotika Charles S. Peirce, salah satu contoh dari tanda ikonis yaitu karya seni visual atau lukisan, karena pada dasarnya karya seni rupa atau karya seni visual memiliki potensi ikonitas di dalamnya.

Dinamika yang terjadi pada konteks sosial humanis yang membidani lahirnya budaya konsumerisme maupun popularisme tidak sekedar menjadi gagasan maupun ide-ide yang diproyeksikan dalam wujud benda seni, sebagai refleksi terkait kondisi yang terjadi pada masa peralihan era modern di Amerika pasca Perang Dunia II. Hakikatnya sebuah benda seni atau karya seni rupa tidak hanya sekedar wujud saja melainkan terdapat nilai di dalamnya, sehingga untuk bisa mengetahui interpretasi makna dari sebuah benda seni salah satunya dapat menggunakan aspek seni berupa unsur intrinsik dan ekstrinsik.

Kata Kunci: Ikonitas, *Pop Art*, Analisis Semiotika

ABSTRACT

THE VALUE OF ICONICITY IN ANDY WARHOL'S POP ART AND TWO COLLABORATIVE WORKS WITH JEAN-MICHEL BASQUIAT (DESCRIPTIVE RESEARCH WITH CHARLES S. PIERCE SEMIOTIC ANALYSIS METHOD)

Amrita Firda Shafa
5161711001

A country's political conditions can set the stage for the emergence of new cultures, triggering a transition period or a transition period after the modern era. After World War II, the culture of consumerism and popularism in the United States became a golden momentum for numerous artists in America in an attempt to respond to conditions that were discussed and occurred in everyday life. The group was a forerunner in the American emergence of pop art.

The study of Charles S. Peirce's semiotic, specifically the typology of signs in iconology, is included in the second trichotomy taken as an analytical tool in this research. Iconicity is one of the signs that can be indicated by the representation and object components because they are similar or related. In Charles S. Peirce's semiotics, 'object' and 'representation' are included in the triadic structure; one example of an iconic sign is a visual artwork or painting because a work of art or visual art has the potential for iconicity.

The dynamics that occur in the humanist social context that gave birth to the culture of consumerism and popularism are more than just ideas or concepts projected in art objects as a reflection of the conditions that existed in America during the transition to the modern era after World War II. In essence, an object of art or a work of art is more than its shape; it has value, and to interpret the meaning of an art object, one can use the art aspect in the form of intrinsic and extrinsic elements.

Keywords: *Iconicity, Pop Art, Semiotic Analysis*