

## Analysis of Community Aesthetic Knowledge Sources through Fruit Organizing Cases

Dwiki Nugroho Mukti, Wening Hesti Nawa Ruci, Zuhkhriyan Zakaria, dan Ali Mustofa

Universitas Negeri Surabaya, Surabaya; Universitas Islam Malang, Malang  
[dwiki.2020@mhs.unesa.ac.id](mailto:dwiki.2020@mhs.unesa.ac.id); [weningruciruci@unesa.ac.id](mailto:weningruciruci@unesa.ac.id);  
[zakaria@unisma.ac.id](mailto:zakaria@unisma.ac.id); [alimustofa@unesa.ac.id](mailto:alimustofa@unesa.ac.id)

---

**Abstrak:** Menata buah di toko buah merupakan hal yang lumrah. Praktik pengorganisasian ini merupakan praktik dilakukan oleh para penjual buah agar lebih menarik. Dari kegiatan sehari-hari ini banyak hal menarik yang bisa, salah satunya adalah dari mana pengetahuan estetika penjual buah sehingga memiliki keterampilan untuk mengorganisasikan buah menjadi susunan yang baik dan dapat menarik minat pembeli. Penelitian ini didasarkan pada teori estetika Mandoki (2017) yang membahas tentang estetika sehari-hari. Penelitian ini menggali lebih jauh dari mana asal pengetahuan estetika penjual buah. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei deskriptif, dengan mewawancarai penjual buah di pasar dan di pinggir jalan. Pembahasan penelitian ini dilakukan dengan menghubungkan data temuan dengan referensi yang relevan. Diketahui bahwa pengetahuan estetika penjual buah diperoleh dari faktor bio estetik (internal) dan sosio estetik (eksternal), serta untuk pengorganisasian terdapat intervensi citra buah (objek) itu sendiri. Hal ini membuktikan bahwa peristiwa estetika sehari-hari yang terjadi di masyarakat bukan muncul karena spontanitas, melainkan karena kepekaan dan informasi estetika yang diteruskan atau diturunkan kepada individu

**Kata kunci:** estetika, estetika sehari-hari, estetika masyarakat, bio-estetika, sosio-estetika

### PENDAHULUAN

Saat berkunjung ke suatu buah sering kali ditemui buah yang disusun dengan sedemikian rupa sehingga terlihat sangat menarik, entah itu disusun berdasarkan jenis buah, bentuk buah, warna buah atau hal yang lain. Dari hal ini kemudian munculah sebuah pertanyaan bagaimana penjual buah dapat mengorganisasikan buah sedemikian rupa sehingga membuat tampilan buah yang dijualnya menjadi menarik?, lantas bagaimana bisa penjual buah memiliki kesadaran estetika untuk mengorganisasikan buah sebagai siasat untuk berjualan?, atau bagaimana kesepakatan yang terjadi penjual (subjek) dengan buah (objek) sehingga menghasilkan sebuah bentuk pengorganisasian?

Estetika dalam paham tradisional lebih banyak ditautkan dengan bentuk seni yang lebih tinggi seperti seni murni, dan bentuk keindahan-keindahan yang memiliki nilai tinggi. Namun seiring dengan pendekatan perluasan pemaknaan apa itu seni maka ruang lingkup pengalaman estetika juga melebar, dan memunculkan berbagai bidang kajian estetika. Diantaranya adalah estetika lingkungan, estetika dan politik, estetika sosial, termasuk estetika relasional, dan estetika keseharian (Arnold Berleant, 2013). Pelebaran progresif dalam ruang lingkup penyelidikan estetika dan jauh dari tempat-tempat seni konvensional dimulai dengan memusatkan perhatian pada estetika lingkungan.<sup>1</sup> Estetika lingkungan banyak mengacu pada analisa keindahan yang lebih alamiah seperti pemandangan alam, namun pada saat yang bersamaan kajian estetika lingkungan ini menemukan bentuknya juga di perkotaan sehingga

memperluas kondisi dan kemungkinan apresiasi, maka pengalaman estetika lingkungan berkembang di lingkungan perkotaan dengan apa yang ada dan terjadi sehari-hari di perkotaan, dan menjadi kajian estetika sehari-hari, bahkan ruang luar menjadi subjek untuk kesadaran estetika (Arnold Berleant, 2013)

Maka pergorganisian buah ditoko buah adalah salah satu contoh estetika keseharian yang perlu dikaji untuk dapat mengetahui dari mana sumber pengetahuan estetika penjual buah (disini mewakili masyarakat) sehingga dapat mengorganisasikan buah yang kebanyakan dilakukan dengan baik.

## METODE

Metode survei deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini juga dikenal dengan istilah metode survei normatif (normative survey method) karena didasarkan pada suatu asumsi bahwa fenomena tertentu biasanya mengikuti pola umum atau pola tertentu. Hal ini tentunya sangat berkaitan dengan tujuan dari penelitian yang ingin mengidentifikasi kecakapan estetika pedagang buah. Pembahasan lanjutan penelitian ini akan dilakukan dengan mengaitkan data temuan dengan referensi yang relevan. Pengambilan sampel didasarkan pada teknik sample survey dengan jumlah populasi yang diambil seluruhnya sebanyak 4 pedagang buah. Terdapat dua lokasi wawancara yaitu di dalam pasar dan di luar pasar/pinggir jalan. Lokasi wawancara dalam dan luar pasar dilakukan di Pasar Sleko Madiun - Pujasera Pasar Sleko, Jl. Musi, Pandean, Kec. Taman, Kota Madiun, Jawa Timur 63133..

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Wawancara

	Narasumber (Nama – lama berjualan – nama toko )	Pertanyaan			
		Pernah mendapat pelajar seni/secara khusus pelatihan yang berhubungan dengan kesenian ?	Apa menurut anda penting untuk menyusun buah yang akan dijual ?	Anda menyusun buah untuk dijual berdasarkan apa?	ketrampilan menyusun buah didapat dari mana?
<b>Toko 1</b>	Nur, 20 tahun	a.Pernah b.Tidak pernah  Jawaban tambahan : -	a. Penting b.Tidak penting  Jawaban tambahan: Penting untuk menarik minat pembeli	a.Bentuk/Jenis b. Warna  Jawaban tambahan : Buah disusun berdasarkan bentuk, misalkan jeruk ada yang mulus (tampilan luar) dan yang terlihat tidak bagus, maka yang mulus akan	a. meniru b.coba- coba  Jawaban tambahan : Dulu (sebelum membuka toko) punya bos, jadi yang ditiru ada bos itu, buka meniru dari pedagang yang lain.

				disusun di bagian depan.	Meniru dari seniornya.
<b>Toko 2</b>	Muslihat, 18 tahun	a.Pernah b.Tidak pernah  Jawaban tambahan : -	a.Penting b.Tidak penting  Jawaban tambahan : Penting agar terlihat rajin (rapi)	a.Bentuk/Jenis b.Warna  Jawaban tambahan : Penyusunan dilakukan berdasarkan jenis seperti mangga sendiri, alpukat sendiri, jeruk sendiri. Jadi bila dipandang oleh calon pembeli terlihat bagus.	a.meniru b.coba- coba  Jawaban tambahan : -
<b>Toko 3</b>	Kelvin, 21 tahun	a.Pernah b.Tidak pernah  Jawaban tambahan : -	a.Penting b.Tidak penting  Jawaban tambahan : -	a.Bentuk/Jenis b.Warna  Jawaban tambahan : Semangka, semangka sendiri. Apel, apel sendiri. kan ada yang busuk jadi harus diganti, setiap 2 hari di sortir	a.meniru b.coba-coba  Jawaban tambahan :
<b>Toko 4</b>	Hendrik, 14 tahun, Sekandung Abadi	a.Pernah b.Tidak pernah  Jawaban tambahan : -	a.Penting b.Tidak penting  Jawaban tambahan : -	a.Bentuk/Jenis b.Warna  Jawaban tambahan : disusun berdasarkan kualitas buah yang bagus di susun didepan	a.meniru b.coba-coba  Jawaban tambahan : anak-anak disini kreatif jadi langsung coba-coba sendiri
* Jawaban ditandai dengan warna kuning					

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa pengorganisasian yang dilakukan oleh penjual buah yaitu pengorganisasian berdasarkan bentuk dan jenis. Pengorganisasian ini umumnya ditujukan agar buah yang mereka jual terlihat baik sehingga calon pembeli tertarik dan membeli buah tersebut. Pergorganisasian ini secara intuitif dilakukan sebagai siasat agar buah yang dijual terlihat baik semuanya, dan buah yang kurang baik tersamar atau bahkan tidak terlihat.

Secara teori, proses yang dilakukan oleh penjual buah ini adalah proses alami untuk mengorganisasikan nilai estetik dari objek yang dijualnya. Nilai estetika suatu objek adalah nilai yang dimilikinya berdasarkan kenyamanan yang diberikannya semata-mata berdasarkan sifat perseptualnya (Shelley, 2019). Proses untuk memberi nyaman terhadap apresiator yang

dalam kasus ini adalah pembeli dilakukan oleh penjual buah untuk mengiring persepsi calon pembeli.

Menurut Jerrold Levinson, “mengapresiasi properti yang melekat pada suatu objek secara estetis adalah mengalaminya...sebagai terikat dengan dan tidak terpisahkan dari konfigurasi persepsi dasarnya; ... [Itu] untuk mendekati [objek] dengan cara yang tidak tertarik dengan perhatian tidak hanya untuk hasil, kualitas, makna, dan efek tingkat tinggi, tetapi juga untuk cara ini dengan dan beristirahat pada wajah persepsi tingkat rendah dari karya tersebut.” (Levinson, 2016).

Dalam upaya pengorganisasian, masing-masing standar (objek) tersebut mengandung unsur-unsur yang sangat berharga dan komprehensif (Darvishi & Abam, 2020), dengan penekanan ini membuat pengorganisasian untuk menyajikan informasi mengenai buah yang dijual menjadi signifikan. Mengakumulasi antara kebutuhan estetika agar menarik perhatian dan menyajikan informasi mengenai buah mana yang segar, buah mana yang tidak segar atau penggiringan opini bahwa semua buah segar. Dari semua upaya untuk menampilkan buah agar terlihat indah dan sempurna, hal ini adalah upaya untuk membuat sebuah ilusi mengenai kesempurnaan buah tersebut diterima oleh calon pembeli. Kata ilusi digunakan di sini dalam arti teknis (Freud, 1927; Gabriel, 1983) untuk menunjukkan keyakinan yang dipegang teguh dan diterima begitu saja yang bertindak sebagai dasar untuk berbagai praktik yang berarti, keyakinan yang tidak rentan terhadap koreksi dengan banding (Gabriel, 2015).

Dalam wawancara yang dilakukan pertanyaan pertama adalah “Pernah mendapat pelajar seni/secara khusus pelatihan yang berhubungan dengan kesenian?” pertanyaan ini ditujukan untuk mengidentifikasi apakah penjual buah yang diwawancara pernah atau tidak mendapat pelajaran seni atau pelatihan yang berkaitan dengan mengorganisasi buah. Pertanyaan ini terkait dengan apakah penjual buah memiliki pengetahuan estetika secara formal sebelum mereka mulai menjual buah, dan melakukan praktek pengorganisasian buah. Jawaban yang didapat dari pertanyaan yang diajukan, semua narasumber menyatakan bahwa tidak pernah mendapat pendidikan formal terkait mengorganisasi buah. Lantas jika pedagang buah tidak pernah mendapat pendidikan formal perihal mengorganisasi buah keterampilan ini muncul dari mana?

Pembuktian bahwa pedagang buah memiliki pengetahuan estetika dibuktikan oleh pertanyaan kedua, ketiga, dan keempat. Pertanyaan kedua “Apa menurut anda penting untuk menyusun buah yang akan dijual?” dari semua pedagang semua menjawab penting, meskipun alasannya tidak sama tapi semua menjawab penting.

Pertanyaan ketiga adalah “Anda menyusun buah untuk dijual berdasarkan apa?”, pertanyaan ketiga adalah pertanyaan lanjutan untuk mengetahui sudut pandang mereka perihal estetika pengorganisasian, mereka akan memilih bentuk/jenis buah, atau lebih memilih mengorganisasikan berdasarkan warna. Dari semua pedagang lebih memilih untuk mengorganisasikan berdasarkan bentuk/jenis buah, pilihan ini diambil karena bila hanya mempertimbangkan warna proses transaksi akan lebih susah, karena harus memilih buah lagi, dan lagi permintaan pembeli tidak pernah dilakukan berdasarkan warna, namun berdasarkan jenis buah.



**Gambar 1. Penyusunan berdasarkan bentuk/jenis buah**

Pertanyaan terakhir adalah “keterampilan menyusun buah didapat dari mana?”, pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui asal pengetahuan estetika penjual buah untuk mengorganisasikan buah. Jawaban dari pedagang adalah toko 1: meniru, toko 2: meniru dan coba-coba, toko 3: coba-coba, dan toko 4: coba-coba. Meniru erat kaitannya dengan proses estetika yang terjadi karena persinggungan dengan lingkungan, dengan coba-coba erat kaitannya dengan kreativitas. Kedua distimulus oleh sensibilitas individu, dan dalam penelitian ini adalah pedagang buah itu sendiri.

Dari pertanyaan yang diajukan dan jawaban dari penjual buah maka titik terang dari mana pengetahuan estetika masyarakat bisa dibagi menjadi 2 yaitu pengetahuan estetika yang diturunkan secara genetik, dan pengetahuan estetika yang terakumulasi dari apa yang dialami individu sehari-hari atau atau singungan dirinya dengan lingkungan. Menurut Mandoki ada percabangan estetika yang membuat seorang individu memiliki pengetahuan estetika *bio-aesthetic* dan *socio-aesthetics* (Mandoki, 2007), yang mana *bio-aesthetic* lebih berhubungan dengan unsur biologis individu, sedangkan *socio-aesthetics* menjelaskan pengetahuan estetika yang dibentuk oleh sekitarnya karena interaksi yang terjadi.

### **Bio-aesthetic**

*Bio-aesthetic* atau faktor genetik, estetika dari perspektif evolusioner berarti memfokuskannya dari kondisi dasar kemungkinannya, yaitu tubuh sebagai fenomena biologis dan akibatnya seperti yang ditegaskan Dobzhansky, “tidak ada dalam biologi yang masuk akal kecuali dalam terang evolusi”. Seperti bentuk kecerdasan yang lain estetika yang dapat diasosiasikan dengan sensibilitas, informasi nya ditransfer melalui tranfer genetika, yang proses transfernya dilakukan lewat reproduksi.

Setiap organisme merupakan jaringan adaptasi fenotipe yang saling bertautan, ia mempertahankan keberadaanya dengan cara reproduksi, dan saat proses reproduksi ini maka

pengetahuan yang sudah didapat akan di transfer ke generasi selanjutnya melalui DNA. Estetika sebagai studi tentang sensibilitas atau estesis dalam definisi Baumgarten sebagai *scientia cognitionis sensitivae*, harus difokuskan dalam kaitannya dengan hasil alami dari konfigurasi tubuh dan akibat evolusinya.

Estesis mengacu pada sifat tertentu dari subjektivitas yang membuatnya sensitif, reseptif, celah bernafas terhadap lingkungannya. Subjektivitas menyiratkan sensibilitas. Akibatnya, jika fokus pada skala manusia saja, manusia tidak akan lagi menganggap pengalaman estetika sebagai masalah utamanya (yang secara harfiah berarti pengalaman indah dalam arti evaluatif atau pengalaman yang dihasilkan dari mempelajari seni) melainkan kondisi keberadaan. Terbuka dan terbuka untuk kehidupan. Yang perlu ditelusuri di sini bukanlah saat-saat istimewa yang didenominasikan sebagai "pengalaman estetika", tetapi kondisi hidup yang terdiri dari keterbukaan dan permeabilitas terhadap dunia. Tidak ada estesis tanpa kehidupan, dan tidak ada kehidupan tanpa estesis. Apa yang dipertaruhkan untuk studi estetika adalah kondisi dasar dari setiap makhluk hidup. (Mandoki, 2007)

Dalam buku yang ditulis oleh Mandoki dia mengasosiasikan bahwa estetika erat kaitannya dengan kenikmatan (Mandoki, 2007), dan kenikmatan sendiri dibentuk karena adanya sensibilitas pada diri manusia. Sensibilitas bukanlah pengetahuan teoritis yang lebih rendah yang bagaimanapun terikat erat dengan keadaan afektif: dalam gnosisnya yang paling utama, kepekaan adalah kenikmatan; itu puas dengan yang diberikan, itu puas." (Levinas [1969] 1998, 136) Konsekuensinya kita dapat memahami estesis secara etimologis sebagai persepsi dan secara fenomenologis sebagai kenikmatan.

Leonardo Fogassi dan Vittorio Gallese (2006) dalam percobaan yang menggunakan kera sebagai subjek uji coba, "sehubungan dengan area pre-motor ventral kera yang memiliki kekhasan bahwa neuron tertentu ditembakkan tidak hanya saat kera melakukan tindakan fisik seperti mendorong, menarik, meraih, atau mengunyah kacang, tetapi juga saat memahami bahwa monyet lain (dan bahkan peneliti manusia), yang melakukannya. Dengan kata lain, neuron-neuron tersebut diaktifkan dalam kinerja suatu tindakan sebanyak dalam persepsi tindakan tersebut, dan dapat memberikan petunjuk penting untuk menjelaskan fenomena penularan emosi". Dengan kata lain penelitian di atas membuktikan bagaimana terdapat fungsi otak yang merespon tidak hanya pada tindakan fisik kera, tapi juga bereaksi terhadap hal yang lebih lebih emosional dan berhubungan dengan sensibilitas, kepekaan yang muncul atas akumulasi pengetahuan estetika yang diturunkan melalui genetika.

Kita dapat memproyeksikan perbedaan tambahan dari semiotika Thure von Uexküll dkk (1993), yang mengusulkan kategori endosemiosis dan exosemiosis dari mana kita dapat memperoleh konsep endo-estesis dan exo-estesis, pemahaman oleh kepekaan yang melekat sebelumnya dan dengan sensibilitas interaksional yang terakhir. Endoestesis dapat terjadi dalam kasus-kasus seperti kepekaan selama tahap prenatal janin atau perasaan dalam keadaan oneiric atau koma. Exo-aesthesia mungkin merupakan istilah yang memadai untuk menunjukkan estesis selama ritual kawin hewan, kesadaran akan bahaya dan interaksi sosial. Produksi artistik dapat mencakup keduanya: kepekaan batin terhadap imajinasi kreatif dan menemukan kendaraan atau idiol untuk berkomunikasi dan berbagi kepekaan ini dengan orang lain. (Mandoki, 2007)

### **Sosio-aesthetic**

*Socio-aesthetics* atau faktor Lingkungan, Estetika melibatkan keseluruhan spektrum estetis dan tidak hanya artistik, kita juga harus mempertimbangkan untuk mengalami pemandangan, matahari terbenam atau air terjun, gurun atau laut, terjun payung atau bungee jumping, mencicipi anggur, hubungan seksual, bermain catur atau poker, dan rolet , serta pengalaman terkait politik, agama, dan olahraga. Kita harus memasukkan juga situasi yang

melibatkan kekerasan sosial dan penindasan yang dapat sangat mempengaruhi sensibilitas individu. Dalam semua kesempatan estetis ini, apakah menyenangkan atau menyakitkan, dalam melakukan dan menjalani, pengalaman kita terstruktur, dibingkai dan ditandai sesuai dengan kondisi biologis, konteks sosial dan kekhasan individu.

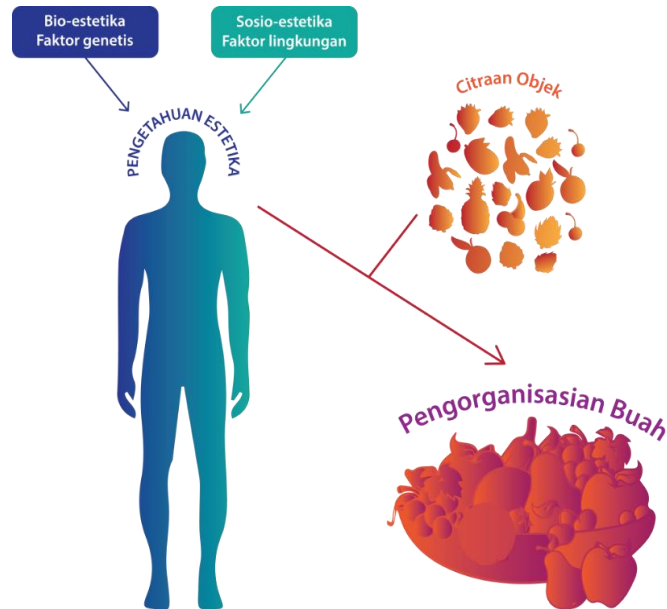
Banyak informasi yang diterima oleh individu sejak ia lahir sampai saat ini (dalam masa hidup), informasi tersebut tidak serta-merta hilang karena seseorang lupa, namun informasi tersebut tersimpan di otak, di alam bawah sadar. Informasi tersebut tersimpan dan terakumulasi dan menjadi pertimbangan atas segala tindakan yang diambil oleh individu. Proses pengambilan keputusan yang diproses oleh otak. Tampaknya sebagian besar model pemrosesan informasi bergantung pada ketidaksadaran kognitif (Perruchet & Vinter, 2019). Pemikiran sadar kita perlu bergantung pada catatan (dengan diagram alur atau daftar pernyataan jika-maka) atau komputer untuk melakukan pekerjaan yang sama yang dapat dilakukan oleh algoritma pemrosesan operasi bawah sadar kita secara instan dan tanpa bantuan eksternal (Lewicki dkk. 1992).

Faktor lingkungan yang dimaksud dalam artikel ini mencakup segala pengalaman yang telah dialami oleh individu yang terjadi dengan melibatkan berbagai instrumen yang ada di sekitarnya seperti individu lain, alam, tumbuhan, dan lain sebagainya. pengalaman tersebut adalah hal yang terjadi dan dirasakan berbagai indera yang dimiliki oleh manusia. Kerumitan masalah yang dapat dipecahkan oleh alam bawah sadar dan sifat tugas yang dapat dilakukan oleh alam bawah sadar. Strategi khusus yang berkembang untuk memecahkan masalah kompleks tersebut adalah masalah sekunder. Institusi memiliki cara mengorganisir diri mereka sendiri yang mencerminkan dinamika 'bawah sadar', bahkan jika yang dimaksud dengan 'tidak sadar' di sini agak berbeda dari apa yang dimaksud dengan istilah saat menerapkannya pada individu (Frosh & Mandelbaum, 2019)

### **Citraan Objek**

Intervensi citraan objek terhadap keputusan pengorganisasian, variable objek juga berperan signifikan dalam proses pengorganisasian ini, selain pengetahuan estetika yang dimiliki oleh penjual buah sebagai subjek pengorganisasian, objek juga berpengaruh. Dufrenne berpendapat bahwa objek memiliki otoritas atas pemaknaan terhadap dirinya, "Pada dasarnya, bukan kita yang menentukan apa yang indah. Objek itu sendiri memutuskan, dan ia melakukannya dengan memanasifasikan dirinya. Penilaian estetika diberikan dari dalam objek daripada dari dalam diri kita. Kami tidak mendefinisikan keindahan, kami memastikan apa objeknya". (Dufrenne 1973, lxii)

Pengambil keputusan tidak selalu manusia (subjek), dan mengasumsikan manusia dan kelompoknya memonopoli kapasitas lembaga dalam organisasi juga tidak sepenuhnya benar. Dimana pengambilan keputusan masih bekerja dalam teori organisasi dengan dualisme seperti struktur atau agensi, atau subjek dan objek (O'Doherty & Neyland, 2019). Pernyataan ini menguatkan apa yang dinyatakan oleh Dufrenne bahwa objek juga memiliki otoritas atas bagaimana objek tersebut dimaknai.



**Gambar 2. Alur pengorganisasian pengetahuan estetika dan pengorganisasian buah**

Dalam hubungan objek yang dikemukakan Winnicott, menjelaskan bagaimana proses pengembangan pikiran sebagai salah satu perkembangan dalam hubungannya dengan orang lain di lingkungan. Relasi Objek pada awalnya terbentuk selama interaksi awal dengan pemberi perawatan primer. Teori hubungan objek (Winnicott, 1964) memungkinkan kita untuk memahami bagaimana objek material, dan segala hal yang ada di lingkungan memberi keterikatan, bertindak sebagai jembatan antara perasaan diri kita dan apa yang kita lihat sebagai dunia luar yang sangat tidak peduli dengan keinginan kita.

## KESIMPULAN

Pengorganisasian buah oleh penjual buah adalah salah satu contoh kasus yang membuktikan bahwa tiap individu memiliki pengetahuan estetika. Pengorganisasian buah yang dilakukan dengan pengetahuan estetika secara sadar atau tidak sadar oleh penjual buah ditujukan untuk memberikan tampilan buah yang baik kepada calon pembeli, sehingga calon pembeli tertarik untuk buah tersebut. Pengetahuan estetika yang dimiliki oleh penjual buah dan digunakan untuk mengorganisasikan buah berasal dari faktor genetik dan faktor sosial, menurut Mandoki ada percabangan estetika yang membuat seorang individu memiliki pengetahuan estetika *bio-aesthetic* dan *socio-aesthetics* (Mandoki, 2007), yang mana *bio-aesthetic* lebih berhubungan dengan unsur biologis individu, sedangkan *socio-aesthetics* menjelaskan pengetahuan estetika yang dibentuk oleh sekitarnya karena interaksi yang terjadi. Selain itu variable yang tidak dapat ditinggalkan adalah citraan objek, citraan objek yang dalam kasus ini diwakili oleh buah turut memberi pengaruh terhadap keputusan estetik bagaimana penjual buah mengorganisasikan buah yang dijual. Hal ini dikuatkan oleh teori keindahan Dufrenne yang menyebutkan bahwa bukan kita yang menentukan apa yang indah, objek itu sendiri memutuskan, dan ia melakukannya dengan memanifestasikan dirinya. Maka proses pengambilan keputusan estetik untuk mengorganisasikan buah sangat dipengaruhi oleh pengetahuan estetik penjual yang terbentuk dari faktor genetik dan faktor sosial, dan citraan objek.

## SARAN



Banyak hal sederhana disekitar yang menarik untuk dikaji, hal sesederhana pengorganisaian buah di toko buah yang biasanya ditemui sebagai sesuatu yang lazim, ternyata menyimpan hal yang jika dikaji lebih jauh akan membawa ke jendela pengetahuan baru terkait estetika dan bagaimana pengetahuan estetika berpindah dari individu ke individu lainnya atau dari lingkungan ke individu.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arnold Berleant. (2013). The Transformations of aesthetics. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.17613/M6H41JM3P>
- Darvishi, L., & Abam, Z. (2020). Metadata Standards for Museum Objects: Presenting a Model for Organizing and Documenting Information about Carpets as Museum Objects. *Collections: A Journal for Museum and Archives Professionals*, 16(3), 298–319. <https://doi.org/10.1177/1550190620940971>
- Dufrenne, Mikel. 1987. In the Presence of the Sensuous. Roberts, Mark. S. Gallagher, Dennis. (eds). New Jersey: Humanities Press International.
- Fogassi L, Gallese V (2002) The neural correlates of action understanding in non-human primates. In *Mirror Neurons and the Evolution of Brain and Language*, Advances in Consciousness Research (pp 13–36) John Benjamins Publishing
- Freud, S. (1927) 'The Future of an Illusion', in S. Freud (ed.) *Freud: Civilization, Society and Religion*, Vol. 12, pp. 179–242. Harmondsworth: Penguin.
- Frosh, S., & Mandelbaum, B. (2019). Psychosocial Histories of Psychoanalysis. *Revista Praxis Y Culturas*, 2019, 1–13. <https://eprints.bbk.ac.uk/id/eprint/23245/>
- Gabriel, Y. (2015). Identity, choice and consumer freedom – the new opiates? A psychoanalytic interrogation. *Marketing Theory*, 15(1), 25–30. <https://doi.org/10.1177/1470593114558525>
- Gabriel, Y. (1983) Discontents and Illusions: The Inevitable Costs of Civilization?’, *Group Analysis* 16(2): 130–44.
- Levinas, E. (1979). *Totality and Infinity: an Essay on Exteriority*. Vol. 1). Springer Science & Business Media
- Levinson, J. (2016). Review Author ( s ): Stephen Davies Review by : Stephen Davies Source: The Journal of Aesthetics and Art Criticism , Vol . 57 , No . 3 ( Summer , 1999 ), pp . Published by : Wiley on behalf of The American Society for Aesthetics Stable URL : [http://www.j. The American Society for Aesthetics, 57\(3\), 371–374.](http://www.j. The American Society for Aesthetics, 57(3), 371–374.) <https://doi.org/10.2307/432206>
- Lewicki, P., Hill, T. & Czerwowska, M. (1992) Nonconscious acquisition of information. *American Psychologist* 47:796–801.
- Mandoki, K. (2007). *Everyday Aesthetics - Prosaics, the Play of Culture and Social Identities Proof*. Metropolitan Autonomous University.
- O’Doherty, D., & Neyland, D. (2019). The developments in ethnographic studies of organising: Towards objects of ignorance and objects of concern. *Organization*, 26(4), 449–469. <https://doi.org/10.1177/1350508419836965>
- Perruchet, P., & Vinter, A. (2019). The self-organizing consciousness. *BEHAVIORAL AND BRAIN SCIENCES*, (2002), 297–388.
- Shelley, J. (2019). The default theory of aesthetic value. *British Journal of Aesthetics*, 59(1), 1–12. <https://doi.org/10.1093/aesthj/ayy044>
- Uexküll, Thure von, Geiggas, Werner and Herrmann, Jörg M .1993. “Endosemiosis”. *Semiotica* 96–1/2: 5–51
- Winnicott, D.W. (1964) *The Child, the Family and the Outside World*. Harmondsworth: Penguin