

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Yogyakarta memiliki reputasi khusus sebagai kota dengan kultur senirupa yang sangat kental. Kota yang menyediakan sebuah iklim subur dan kondusif bagi perkembangan seni rupa modern-kontemporer. Mural, graffiti dan *street art* sedang dalam laju berkembang dengan cepat di Yogyakarta.

Era Modernisme adalah sebuah potongan sejarah seni rupa dunia saat para seniman mencoba melakukan eksplorasi konseptual untuk mencari bentuk seni baru dengan semangat rasionalisme dan objektivitas yang bermaksud untuk memutuskan hubungan dengan bentuk abad ke-19 dengan segala obsesinya terhadap dekorasi dan hiasan. Modernisme meneriakkan dogma-dogma yang menjadi nafas desain modern.

Adalah Futurisme dengan manifesto berisi lontaran-lontaran puisi tentang mesin, industri, kecepatan, antusiasme perang dan kehidupan modern di sajikan dalam komposisi huruf dan tipografi sebagai objek kongkrit dari ilustrasi. De stijl dengan konsep keseimbangan visual yang dicapai melalui penyederhanaan dan pembagian ruang atas objek-objek segi empat dengan warna-warna primer. Konstruktivisme yang lahir dan besar pada era Revolusi Rusia sebagai senjata propaganda politik dan sebagai alat mempromosikan semboyan dan kampanye dari reformasi pemerintah. Bauhaus, sebuah sekolah yang telah meletakkan dasar-dasar pendidikan seni rupa dan desain modern yang

berpengaruh sampai sekarang. Lalu The New Typoraphy sebagai sebuah pergerakan Revolusioner terhadap konsep penggunaan huruf dan tipografi dalam disain grafis.

2 fakta yang sangat menari untuk diangkat dalam suatu program promosi Wisata dan Budaya Yogyakarta. Seperti mencampurkan cat akrilik dengan puisi-puisi futurisme, menyalakan roll dan kuas dengan semangat propaganda konstruktivisme, mengawinkan tembok dengan gairah kebaruan dari de-stijl, Bauhaus dan the new typography.

Memadukan mural dengan gaya disain grafis modernisme dalam konteks promosi wisata dan budaya Yogyakarta sebagai kota dengan kultur seni rupa yang lekat. Melafalkan Yogyakarta sebagai Kota Seni Rupa dalam sebuah event mural.

Perancangan ini sedikit memasukkan aspek promosi yang digunakan untuk dapat meningkatkan kesadaran (*awareness*) terhadap wisata dan budaya Yogyakarta pada umumnya dan Yogyakarta sebagai kota seni rupa pada khususnya yang pada akhirnya mampu menjadi media untuk mengingatkan kembali (*reminding*) terhadap Yogyakarta dengan segala Romantismenya.

Program Mural event yang dilaksanakan dalam perancangan ini didukung dengan perancangan material penunjang seperti media lini bawah seperti Pembatas buku, *t-shirt*, stiker, pin, dan mug.

B. Saran

Media-media yang belum banyak digunakan sebagai media promosi berpotensi untuk digunakan sebagai media alternatif yang tentu saja dengan kebaruannya mampu memberikan nilai lebih dari sebuah konsep promosi.

DAFTAR PUSTAKA

Bou, Luis, Street Art the Spray Files, New York: Collins Design, 2005

C100, The Art of Rebellion, CA: Ginko Press Inc., 2003.

Ganz, Nicholas, Graffiti World, London: thames &Hudson, 2005.

Hadi, Sutrisno, Bimbingan Menulis DSkripsi dan Thesis 2, Yogyakarta: Jajasan Penerbitan FIP-IKIP, Djil 2, 2000.

Heller, Steven & Seymour Chwast, Graphic Style From Victorian to Digital, New York: Harry N. Abrams.Inc, 2000.

Jefkins, Frank, Perkarya desainan, Jakarta: Erlangga, edisi 3, 1996.

Kartika, Dharsono Sony, Seni Rupa Modern, Bandung, 2004

Manco, Tristan, Street Logos, London: Thames and Hudson, 2004.

Meggs, Philip B., A History of Graphic Design, New York: Van Nostrand Reinhold Company, ter. M. Dwi Marianto Yogyakarta, 1990

WEBSITE

www.wikipedia.org

www.artcrimes.com

www.graffiti.org

www.tembok bomber.com

www.trulyjogja.com