

**PENGARUH GAYA DESAIN OBEY GIANT  
TERHADAP MUNCULNYA *STREET ART*  
BERGAYA OBEY GIANT DI YOGYAKARTA**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2013**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	4059/HIS/2013
KLAS	
TERIMA	04-04-2013 TB M.

**PENGARUH GAYA DESAIN OBEY GIANT  
TERHADAP MUNCULNYA *STREET ART*  
BERGAYA OBEY GIANT DI YOGYAKARTA**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2013**



**PENGARUH GAYA DESAIN OBEY GIANT  
TERHADAP MUNCULNYA *STREET ART*  
BERGAYA OBEY GIANT DI YOGYAKARTA**



**PENGKAJIAN**

Dewi Maria Ulfah  
NIM 091 1948 024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam  
bidang Desain Komunikasi Visual  
2013

Tugas Akhir Pengkajian Desain berjudul :  
PENGARUH GAYA DESAIN OBEY GIANT TERHADAP MUNCULNYA  
STREET ART BERGAYA OBEY GIANT DI YOGYAKARTA diajukan oleh  
Dewi Maria Ulfah, NIM 091 1948 024, Program studi Desain Komunikasi Visual,  
Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah  
dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 29  
Januari 2013 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota



Hesti Rahayu, S.Sn., M.A  
NIP. 19740730 199802 2 001

Pembimbing II/ Anggota



P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.  
NIP. 19700106 200801 1 017

Cognate/ Anggota



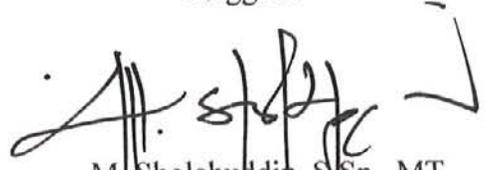
Terra Bajraghosa, M.Sn.  
NIP. 19810412 200604 1 004

Kaprodi DKV/ Anggota



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.  
NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain/ Ketua/  
Anggota



M. Sholahuddin, S.Sn., MT.  
NIP. 19701019 199903 1 001



## MOTTO



*Jika kita hidup setiap hari seperti hari terakhir bagi kita, kita akan menciptakan sesuatu yang benar-benar besar akhirnya*

*(Steve Jobs)*

## PERSEMBAHAN



*Untuk bapak, ibu dan kedua kakakku “akhirnya dewi selesai juga”*

*Untuk akang yang selalu setia memberikan support & sharingnya  
baik skripsi ini maupun tentang kehidupan*

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : Dewi Maria Ulfah

Nim : 091 1948 024

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

“PENGARUH GAYA DESAIN OBEY GIANT TERHADAP MUNCULNYA *STREET ART* BERGAYA OBEY GIANT DI YOGYAKARTA” adalah karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya adalah hasil pemikiran saya dan belum pernah dipublikasikan dalam bentuk apapun. Dan sepanjang sepengetahuan saya, karya ilmiah ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim. Demikian pernyataan ini saya secara benar.

Yang Menyatakan

Dewi Maria Ulfah

## ABSTRAK

Dewi Maria Ulfah

PENGARUH GAYA DESAIN OBEY GIANT TERHADAP MUNCULNYA  
*STREET ART* BERGAYA OBEY GIANT DI YOGYAKARTA

Globalisasi memberikan ruang publik baru yang lahir dari kultur yaitu *street art* (seni jalanan). Globalisasi telah membawa budaya-budaya baru yang berkembang di kota-kota besar sebagai ekspresi kaum urban terhadap lingkungan sekitarnya, dan salah satunya adalah *street art*. Penelitian ini mengangkat gaya desain *street art* Obey Giant yang fenomenal dan semakin dikenal sehingga banyaknya artis *street art* di Yogyakarta yang terinspirasi dengan gaya desain Obey Giant sehingga menimbulkan bentuk-bentuk atau wujud *street art* yang terpengaruh dengan gaya Obey Giant. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan mengetahui pengaruh gaya desain dan bentuk-bentuk/ wujud Obey Giant terhadap *street art* bergaya Obey Giant di Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis fenomenologi khususnya fenomenologi Hutssel.

Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan pengaruh dari gaya Obey Giant terhadap *street art* di Yogyakarta yaitu Anti Tank. Dengan melakukan perbandingan dengan menggunakan 4 (empat) ciri khas yang terdapat pada karya Obey Giant yaitu; elemen propaganda sejarah, *icon pop culture*, parodi kekuasaan, *black power*. Karya-karya dari Anti Tank memberikan sebuah implikasi untuk artis-artis *street art* pemula berupa nuansa baru *street art* Yogyakarta.

**Kata kunci:** Gaya desain, Obey Giant, *Street art*, Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Tugas Akhir Pengkajian dengan judul PENGARUH GAYA DESAIN OBEY GIANT TERHADAP MUNCULNYA *STREET ART* BERGAYA OBEY GIANT DI YOGYAKARTA dapat diselesaikan dengan baik.

Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada pembimbing umat, Rasulullah Muhammad SAW, bagi keluarganya, para sahabatnya dan umatnya hingga akhir zaman. Amin.

Tugas Akhir Pengkajian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana strata I Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Pemberi kehidupan, Allah SWT, hanya kepada Mu kami menyembah, Terima kasih atas segala nikmat yang telah Engkau berikan.
2. Bapak M. Sholahuddin, S.Sn., M.T., selaku Ketua Jurusan Desain
3. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn, selaku Kaprodi DKV.
4. Ibu Hesti Rahayu, S.Sn., M.A, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingannya dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
5. Bapak P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingannya dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Terra Brajagosa, M.Sn., selaku coognate yang telah memberikan masukan dalam penyempurnaan Tugas Akhir ini.
7. Drs. Lasiman, Selaku Dosen Wali.

8. Teman-teman transfer '09 Mirah, Gladys, Retenk, Robby, Eko, Freddy, Cecep, Mulyanto, Bang Is, Mas Aji, Mas Budi, Ichang walaupun kita berbeda tapi kita istimewa.
9. Penghuni kost Barokah Uyie yang sudah sudi menemani malem-malem buat bimbingan dan sudah mau menemani saat sidang, Yani ayo tetangga giliranmu untuk menuntaskan sekolah.
10. Mas Andrew "Anti Tank", Robby "Obby" Ratio, & Sukanwar "Sogiezt" Khasogi yang mau menjadi narasumber sekaligus memberikan pengetahuan baru tentang *street art*.
11. Ko Budi atas pinjaman buku Obey Giantnya
12. C'MP, my kentop, printerku, green area yang selalu menemani dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini (*tanpa kalian Tugas Akhir ini gak dapat selesai*).
13. Semua teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Tidak ada yang dapat disampaikan selain ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas bantuan yang diberikan, semoga mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Amin

Akhirnya besar harapan penyusun, Semoga Tugas Akhir Pengkajian ini dapat bermanfaat bagi penyusun secara pribadi dan bagi siapa saja yang membacanya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, Januari 2013

Penyusun

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN/MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>8</b>
A. Pembahasan Teori .....	8
1. Pengetahuan Tentang Obey Giant.....	8
a. Asal usul dan pengertian Obey Giant.....	8
b. Konsep dasar yang mendasari desain Obey Giant .....	13
2. <i>Street art</i> .....	14
3. Desain Komunikasi Visual.....	21
a. Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	21
b. Unsur desain dalam gaya desain Obey Giant.....	22
B. Kajian Hasil-hasil Penelitian .....	26
C. Kerangka Pemikiran .....	30

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Metode Penelitian.....	35
B. Populasi dan Sampel .....	36
1. Populasi .....	37
2. Sampel.....	39
C. Metode Pengumpulan Data .....	40
1. Metode Observasi/ Lapangan.....	40
2. Metode Wawancara.....	41
a. Informan 1 .....	44
b. Informan 2 .....	46
c. Informan 3 .....	47
3. Survei Literatur.....	48
D. Instrumen Penelitian.....	49
E. Teknik Analisis Data .....	49
F. Definisi Operasional.....	51
1. Gaya Desain .....	51
2. Obey Giant .....	52
3. <i>Street art</i> .....	52
G. Prosedur Penelitian.....	53
<b>BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>58</b>
A. Variabel yang diteliti.....	61
1. Gambaran Umum tentang Obey Giant.....	61
2. Gambaran Umum tentang Anti Tank .....	64
B. Deskripsi Hasil Penelitian .....	67
1. Element Propaganda Sejarah.....	68
2. Ikon <i>Pop Culture</i> .....	72
3. Parodi Kekuasaan .....	74
4. <i>Black power</i> .....	79
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	84
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>91</b>

A. Kesimpulan.....	91
B. Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>



## DAFTAR GAMBAR

1. <i>Andre The Giant</i> .....	10
2. Obey Giant .....	10
3. Shepard Fairey .....	11
4. Beberapa karya Shepard Fairey Obey Giant .....	12
5. Kampanye Barrack Obama .....	12
6. <i>Street Art Sticker</i> .....	15
7. <i>Wheatpasting</i> .....	16
8. <i>Street Art Poster</i> .....	16
9. <i>Grafitti</i> .....	17
10. Mural .....	18
11. <i>Stencil</i> .....	20
12. Populasi karya Anti Tank.....	38
13. Sampel karya Anti Tank.....	39
14. Andrew Lumban Gaol.....	44
15. Blog Anti Tank.....	60
16. Situs Obey Giant.....	60
17. Beberapa karya Obey Giant.....	63
18. Salah satu karya Anti Tank.....	65
19. Poster propaganda perang dunia kedua.....	69
20. Persamaan karya Obey Giant dan Anti Tank.....	86
21. Aplikasi Model Pengaruh Obey Giant terhadap Anti Tank.....	88
22. Gaya desain Obey Giant dan Anti Tank.....	83

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Gaya dalam desain adalah cerminan perilaku dan sikap budaya manusia pada waktu tertentu yang sejalan dengan dinamika kehidupan, yaitu dinamika sosial, perkembangan, budaya dan nilai. Desain menjadi refleksi zaman dalam setiap periode. Karya-karya itu adalah saksi-saksi yang tidak dapat dibohongi. Termasuk di dalamnya adalah gaya dan selera.

Gaya desain merupakan suatu ragam visualisasi karya visual atau grafis yang merujuk pada pola atau gaya tertentu sesuai dengan perkembangan kehidupan masyarakat. Pengertian yang lebih umum mengatakan gaya desain merupakan perwujudan suatu ekspresi seni, desain dan eksekusi yang terinspirasi dari perkembangan sosial, teknologi, ekonomi, kepercayaan, perilaku, pengetahuan, latar belakang pendidikan dan lingkungan desainer.

Gaya desain sebagai suatu perwujudan karya grafis adalah produk budaya yang tidak dapat dilepaskan dari perkembangan kehidupan masyarakat, perkembangan pengetahuan, perkembangan pendidikan, lingkungan dan kondisi sosial budaya masyarakat.

Secara umum gaya adalah suatu ragam yang khas dari ekspresi sebuah desain. Sedangkan gaya dalam desain grafis mempunyai arti keindahan visual yang mempunyai pengaruh besar pada suatu masa dan tempat tertentu. Desainer grafis pada dasarnya bertugas untuk mengatur dan mengkomunikasikan pesan

untuk menempatkan sebuah produk atau ide dibenak *audience*, sehingga memberikan kesan yang diinginkan oleh produsen, serta memberitahukan dan mempublikasikan suatu informasi dengan cara yang efektif. Dalam proses ini, gaya juga berarti sebuah cara untuk menginformasikan dan menandai pesan yang ditujukan bagi *audience* tertentu.

Sejak era Victoria hingga sekarang, desain grafis telah berfungsi melayani bermacam kebutuhan di sektor ekonomi dan budaya, oleh sebab itu gaya desain grafis berkembang beraneka ragam pula. Suatu gaya diciptakan karena alasan estetika (*Art Nouveau*), sedangkan yang lain dengan alasan politik (Dada). Ada pula berdasarkan keinginan untuk mendapatkan identitas bersama (*Swiss International Style*) atau tuntutan komersial (*Post-Modernism*), serta berdasarkan landasan moral dan filsafat (*Bauhaus*). Beberapa gaya dipengaruhi oleh seni murni/*fine art* (*Art Deco*), atau ada yang terpengaruhi oleh industri (*Plakatstil*). Beberapa gaya nasional bahkan menjadi sebuah gerakan internasional (*Futurism*). Namun ada pula beberapa gaya yang bertahan hingga saat ini dan terus masih digunakan (*Constructivism, Expressionism, Surrealism*)<sup>1</sup>.

Globalisasi juga memberi ruang publik baru yang lahir dari kultur yaitu *street art* (seni jalanan). Globalisasi telah membawa budaya-budaya baru yang berkembang di kota-kota besar sebagai ekspresi kaum urban terhadap lingkungan sekitarnya, dan salah satunya adalah *street art*. *Street art* adalah seni yang dikembangkan di ruang publik yaitu di jalanan. *Street art modern* pertama muncul

---

<sup>1</sup> <http://gogorbangsa.wordpress.com/2011/04/04/gaya-desain-grafis/> (Senin, 6 February 2012 jam 21:51 WIB)

pada tahun 1970an di Amerika, dimulai dari seni *graffiti* yang dibuat oleh kaum kulit hitam sebagai protes terhadap rasialisme, kemudian menjadi penanda daerah kekuasaan<sup>2</sup>. *Stencil* adalah salah satu jenis dari *street art*. *Stencil* adalah seni grafis dari cabang seni rupa yang proses pembuatannya menggunakan teknik cetak dan biasanya di atas kertas. Kecuali pada teknik *monotype*, prosesnya mampu menciptakan salinan karya yang sama dalam jumlah banyak, ini yang disebut dengan proses cetak.

Gerakan *stencil* dipelopori seorang designer grafis lulusan *Rhode Island School of Design*, Shepard Fairy. Gerakan yang diawali secara kebetulan oleh Shepard Fairy ini menjadi sebuah fenomena baru dalam dunia *design*. Berbagai kontroversi muncul atas fenomena seni *avant garde* atau beberapa menyebutnya sebagai seni 'kekonyolan'. Tetapi terlepas dari itu setiap hasil karya dari gerakan ini seperti mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi, menarik perhatian, bahkan menghipnotis untuk melakukan atau memikirkan sesuatu yang kita tidak benar-benar tau pasti apa itu. Seolah-olah setiap gambar yang terpampang adalah hal yang sangat penting, sehingga mengharuskan kita untuk paling tidak melihatnya selama beberapa saat.

Salah satu ciri pada kebanyakan seni *postmodern* terdapat pada awal gerakan ini. Obyek yang dipakai pada mulanya adalah ketidak sengajaan Shepard menemukan iklan dengan gambar seorang pegulat profesional dengan tinggi kurang lebih 2.23 meter dan berat 235.8 kg, Andre 'the Giant' di sebuah surat kabar. Struktur wajah dan tatapan mata Andre diyakini Shepard mempunyai

---

<sup>2</sup> Adi Kusrianto & Made Arini, *History of Art* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011) hal. 216

kekuatan sebagai obyek yang sempurna dan tak ada matinya untuk dipakai sebagai dasar karya grafis. Pada awalnya fenomena *'Andre The Giant'* memunculkan berbagai kontroversi dan pertanyaan, sebenarnya poster dan stiker tersebut adalah iklan, kampanye, atau propaganda. Sebagian besar masyarakat menangkapnya sebagai hal yang biasa dalam dunia publikasi, dimana setiap hal yang ditujukan untuk dilihat dan dinikmati oleh publik selalu mewakili suatu hal tertentu atau bertendensi pada kepentingan seseorang atau lembaga tertentu. Padahal dalam kampanye ini, sesuatu yang dikampanyekan tidak jelas. Hal inilah yang membuat Shepard berhasil memberikan *'shock therapy'* terhadap opini masyarakat yang selama ini berlaku. Ia melakukannya hanya karena iseng tanpa ada maksud atau pesan tertentu untuk disampaikan secara verbal. Justru hal inilah yang menarik, ketika makna selalu ditampilkan dengan cara verbal yang memanjakan sekaligus mengkotakkan pikiran setiap orang, Shepard justru melakukan sebaliknya. Makna dari suatu hal dapat kita dapatkan dari reaksi kita terhadap hal tersebut. Dari setiap karya tersebut, baik poster atau stiker yang tanpa muatan apapun dapat mempunyai berbagai arti tergantung dari tempat dimana kita berada ketika kita melihatnya. Tak banyak pula yang tahu bahwa pada awalnya poster *Andre The Giant* berjudul *Andre The Giant Has A Posse*, namun akibat pihak WWE / Titan Sport, Inc. merasa terganggu karena salah satu image maskot andalan mereka dipakai, maka Shepard Fairey mengubahnya menjadi *Obey 'The Giant'*.

Mereka yang menyukai kampanye tersebut, bisa jadi disebabkan oleh pertama, mereka tahu kalau golongan yang tidak mereka suka (golongan atas)

membenci kampanye tersebut, kedua karena pengetahuan mereka yang kurang tentang sejarah sumber inspirasi Shepard, sehingga mereka mengira kampanye tersebut adalah kampanye tentang grup band punk, merek papan skate, atau bentuk graffiti baru, ketiga karena masalah/ besarnya gerakan ini, sehingga membuat mereka tertarik untuk ikut menjadi bagian di dalamnya, sekalipun mereka tidak tahu tentang apa sebenarnya gerakan ini selain ketertarikan mereka pada desain grafis poster, kaos, dan stiker. Gambar-gambar yang biasa dipakai Shepard meliputi elemen propaganda sejarah, ikon *popculture*, parodi kekuasaan, dan '*black power*' sebagai simbol untuk membangun kekuatan visual yang dipadukan dengan kata-kata yang dapat menghasut. Kata-kata tersebut secara emosional berpotensi untuk mendoktrinasi atau bahkan menipu *audience*. Reaksi yang bermunculan bermacam-macam, baik yang pro maupun kontra. Mulai dari merusak atau merobek, menambahi dengan kata-kata makian, sampai melaporkan pada pihak yang berwajib dilakukan oleh yang merasa terganggu dengan keberadaan poster-poster dan stiker itu. Hingga muncul banyak Shepard-Shepard baru, dan gerakan menjadi semakin besar dan besar<sup>3</sup>.

Bersama dengan kawan-kawan sekombunitasnya, Shepard terus menyebarkan gambar Obey Giant di jalanan dalam bentuk poster, stiker dan graffiti sehingga semakin banyak orang yang memperhatikannya. Di berbagai penjuru kota, gambar-gambar Obey Giant bersaing dengan berbagai reklame, lampu-lampu dan rambu-rambu lalu lintas merebut perhatian orang banyak.

---

<sup>3</sup> <http://www.creativecircleindonesia.com/read/78> (Selasa, 26 January 2012, jam 19:14 WIB)

Seiring dengan respon ini, maka makin populerlah Obey Giant. Makin hari, makin banyak anak muda yang menganggapnya sebagai seni urban / seni jalanan yang keren dan heroik tanpa benar-benar memahami latar-belakangnya.

Dengan semakin dikenalnya gaya desain khas Obey Giant semakin bermunculan *street art* di Yogyakarta bergaya Obey Giant. Semakin banyaknya artis *street art* Yogyakarta yang terinspirasi dengan gaya desain Obey Giant menimbulkan bentuk-bentuk atau wujud *street art* yang terpengaruh dengan gaya Obey Giant. Maka penulis ingin meneliti pengaruh gaya desain Obey Giant terhadap munculnya *street art* bergaya Obey Giant di Yogyakarta.

## **B. Identifikasi Masalah**

Masalah yang akan dikaji adalah sebagai berikut.

1. Memahami gaya desain Obey Giant sebagai pengaruh munculnya *street art* dengan gaya Obey Giant di Yogyakarta. Dalam mengkaji penulis harus mengetahui referensi yang dimaksud terlebih dahulu.
2. Menerjemahkan gaya desain Obey Giant yang terdapat pada bentuk-bentuk atau wujud *street art* di Yogyakarta.

## **C. Pembatasan Masalah**

Untuk memecahkan masalah yang dihadapi, akan dibuat beberapa batasan masalah agar apa yang dikemukakan tidak terlalu luas dan mudah diterima. Batasan-batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian hanya *street art* bergaya Obey Giant yang berada di Yogyakarta.
2. Penelitian ini hanya mengambil beberapa contoh karya artis *street art* Yogyakarta dengan gaya desain Obey Giant yang lebih dominan.

#### **D. Rumusan Masalah**

Bagaimana mengetahui gaya desain dan bentuk-bentuk/ wujud Obey Giant terhadap *street art* bergaya Obey Giant di Yogyakarta?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Untuk memahami dan mengetahui pengaruh gaya desain dan bentuk-bentuk / wujud Obey Giant terhadap *street art* bergaya Obey Giant di Yogyakarta.

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Bagi ilmu desain komunikasi visual, sebagai tambahan terhadap pengetahuan terhadap wacana desain komunikasi visual melalui kajian gaya desain Obey Giant.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi masyarakat, sebagai tambahan pengetahuan dalam mengetahui seluk beluk wacana dan wawasan yang berkaitan dengan desain komunikasi visual serta pengetahuan akan gaya desain Obey Giant.
- b. Bagi desainer, sebagai masukan dan wawasan dalam penerapan gaya desain sehingga dapat dipertanggung jawabkan.