UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PARTISIPASI PUBLIK ALA STREET ART DI KOTA JOGJAKARTA
ARIF FEBRI RIYANA, Ario Wicaksono S.I.P., M.Si
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Jogjakarta istimewa karena kehidupan masyarakatnya yang ramah, sederhana dan bersahaja, kota yang damai dan asri. Begitulah terkenalnya kota Jogja selama ini sampai beberapa tahun belakangan ini sudah berubah jauh dari kondisi tersebut. Tanggapan dari masyarakat tentang perubahan kota Jogja tersebut pun bermacam-macam misalnya melalui gambar seperti mural, grafiti, *wheatpaste* dan gambar lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Street art* pada umumnya dan mural pada khususnya mampu menjadi media partisipasi politik yang dapat membantu meningkatkan kesadaran (*awareness*) masyarakat terhadap perubahan dan situasi kota Jogjakarta yang notabene sebagai kota pelajar menjadi kota investasi serta gempuran iklan-iklan yang bertujuan konsumerisme menjadi terror visual.

Street art berfungsi sebagai salah satu instrumen komunikasi publik. Tampilannya yang menarik dan komunikatif, sehingga dapat menyampaikan pesan yang terkandung dalamnya. Pada akhirnya *street art* bertransformasi dalam penyampaian pesan secara visual untuk membangun komunikasi di ruang publik.

Kata Kunci: *Street Art*, Mural, partisipasi publik, ruang publik

ABSTRACT

Jogjakarta is special because the people are friendly, simple and unpretentious, peaceful and beatiful city. That was Yogyakarta known of until the recent years it has changed considerably from the known conditions. The response from the public about the changes in the city of Yogyakarta also vary, for example through the picture as a mural, graffiti, wheatpaste and other things. This study aims to determine whether Street art in general and mural in particular could be a medium for public political participation and also could help to raise the people awareness about the changes in their society also as the fact that Jogjakarta is student city that has changed to investment city full of visual terror advertisement which has consumerism tendention. Street art has a function as an instrument of public communication. It has an ability to attract and communicate with the people as well. In the end the street art transformed from delivering the visual message to establish communication in the public space.

Keywords: Street Art, Murals, public participation, public space