

PERANCANGAN KARYA SENI INSTALASI SEBAGAI ELEMEN ARTISTIK SPOT SWAFOTO DI RUANG PUBLIK BERNUANSA LOKAL

Ahmad Fajar Ariyanto¹, Satriana Didiek Isnanta², Raden Ernasthan Budi Prasetyo³

Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Surakarta

¹Email: leahfajar@yahoo.com¹

²Email: isnanta@gmail.com²

³Email: ernest.prasetyo@gmail.com³

ABSTRAK

Swafoto berkaitan erat dengan citra yang dipersepsikan seseorang atas dirinya sendiri (self image). Swafoto telah menjadi gaya hidup tidak hanya masyarakat perkotaan tetapi juga sudah sampai ke pinggiran. Swafoto pada area wisata/ publik, hal ini juga tidak terlepas dari perubahan gaya hidup generasi muda yang kini gemar melakukan travelling.

Fenomena swafoto ini akhirnya mempengaruhi pengelola ruang komersial seperti kafe untuk mendekorasi ulang interiornya dengan menyediakan spot swafoto sebagai salah satu dayatarik usahanya. Gaya hidup swafoto dan perkembangan teknologi informasi terutama media sosial seperti facebook dan Instagram telah memberi keuntungan bagi pengelola ruang komersial dan pemerintah daerah. Dengan menyediakan spot swafoto, usahanya maupun destinasi wisatanya telah dipromosikan karena diseberluaskan melalui akun Facebook atau IG wisatawanannya.

Sayangnya spot swafoto sekarang yang telah ada di kafe-kafe maupun di destinasi wisata yang dikelola oleh pemerintah daerah masih terkesan seragam atau minimal jauh dari kultur setempat. Oleh karena itu perlu sebuah penelitian yang bertujuan untuk membuat Rancangan Prototipe Seni Instalasi Sebagai Elemen Artistik Spot Swafoto di Ruang Publik bernuansa budaya lokal.

Penelitian ini didesain sebagai penelitian eksperimentatif dengan menggunakan metode Kreasi Artistik yang memiliki tahapan riset dengan pendekatan etik dan riset dengan pendekatan emik sebagai dasar penciptaan karya, dan kedua, tahapan penciptaan karya berisi: eksperimentasi, perenungan dan pembentukan. Penelitian ini didesain sebagai penelitian terapan dengan durasi selama enam bulan. Luaran penelitian ini adalah: draft rtikel ilmiah, produk inovasi dan KI.

Kata kunci: seni instalasi; spot swafoto, budaya lokal, ruang publik

ABSTRACT

Selfie is closely related to the image that a person perceives of himself (self image). Selfie has become a lifestyle not only for urban people but has also reached the outskirts. selfies in tourist/public areas, this is also inseparable from the changing lifestyles of the younger generation who are now fond of traveling.

This selfie phenomenon has finally influenced the managers of commercial spaces such as cafes to redecorate their interiors by providing selfie spots as one of the attractions of their business. The selfie lifestyle and the development of information technology, especially social media such as Facebook and Instagram, have provided benefits for commercial space managers and local governments. By providing selfie spots, their businesses and tourist destinations have been promoted because they are disseminated through their Facebook accounts or tourists' IG accounts.

Unfortunately, the selfie spots that already exist in cafes and tourist destinations managed by local governments still seem uniform or at least far from local culture. Therefore, a research is needed that aims to create a Prototype Design of Installation Art as an Artistic Element of a Selfie Spot in a Public Space with the nuances of local culture.

This research is designed as an experimental research using the Artistic Creation method which has research stages with an ethical approach and research with an emic approach as the basis for creating works, and second, the stages of creating works consist of: experimentation, reflection and formation. This study was designed as an applied research with a duration of six months. The outputs of this research are: drafts of scientific articles, innovation products and IP.

Keyword: *installation art; selfie spot, local culture, public space*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Belakangan, karya seni di mata sebagian orang hampir tidak ada bedanya dengan lembaran layar bergambar yang biasa anda temukan di studio-studio foto. Jika visualisasinya menarik, maka orang akan berpose layaknya model pakaian dan mengambil foto di depan karya tersebut. Setelah mendapat hasil yang diinginkan, mereka akan pergi, entah berfoto di sudut ruangan galeri atau mencari karya lain untuk dijadikan background selanjutnya.

Fenomena selfie-tourism (wisata swafoto) memang sudah bukan hal yang asing lagi, dan karya seni, telah menjadi salah satu 'korban'nya. Tentunya fenomena ini tidak hanya terjadi di ruang-ruang seni Bandung, begitu pula di Jakarta, Yogyakarta, bahkan terjadi juga di luar negeri, di negara-negara maju sekalipun.

Mengenai swafoto pada area wisata/publik, hal ini juga tidak terlepas dari perubahan gaya hidup generasi muda yang kini gemar melakukan travelling. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat peningkatan jumlah mobilitas masyarakat keluar negeri untuk travelling pada Februari 2013 sebesar 16,295 yang didominasi oleh kaum muda, dimana hal ini mengindikasikan travelling sebagai sesuatu yang familiar dilakukan oleh generasi masa kini. Wisatawan juga cenderung menjatuhkan pilihan pada area wisata yang menarik, murah, atau khusus, dikarenakan jenis wisata seperti ini

dapat memberikan suatu pengalaman baru dan memori yang berkesan.

Swafoto berkaitan erat dengan citra yang dipersepsikan seseorang atas dirinya sendiri (self image). Karena melalui swafoto, setiap orang ingin menampilkan sisi terbaiknya kepada orang lain. Sehingga, kesan yang dimiliki orang lain terhadap dirinya dapat bernilai positif. Kepopuleran foto selfie atau foto narsis terhadap diri sendiri merupakan sebagai bentuk komunikasi intrapersonal. Produk dari swafoto ini merupakan alat yang sangat mendukung untuk berkomunikasi dan dapat memberikan keterangan informasi tentang sesuatu hal kepada orang lain secara nonverbal (1).

Fenomena swafoto ini akhirnya mempengaruhi pengelola ruang komersial seperti kafe untuk mendekorasi ulang interiornya dengan menyediakan spot swafoto sebagai salah satu dayatarik usahanya. Selain itu, pemerintah daerah juga melakukan hal yang sama di area destinasi wisata unggulan daerahnya.

Hal inilah yang mendorong pelaksanaan penelitian perancangan seni instalasi sebagai model pengkayaan artistik spot swafoto bermuatan budaya lokal di ruang publik. Konten budaya lokal menjadi penting karena kebanyakan, baik di kafe maupun di destinasi wisata spot swafotonya masih terkesan seragam seperti menampilkan miniatur bangunan terkenal seperti menara effiel atau patung liberty. Ataupun kalau tidak hampir semuanya seragam, seperti tanda cinta (hati), baik itu di gunung atau di pantai.

Penelitian artistik ini penting untuk dilaksanakan karena untuk memberi alternatif atau pengkayaan bentuk spot swafoto yang artistik dan tidak meninggalkan nuansa budaya lokal. Hal ini penting, mengingat selama ini, spot swafoto yang ada masih sekedar meletakkan benda benda tradisi dan atau membuat bentuk spot swa foto yang hampir seragam di beberapa kafe maupun spot wisata. Oleh karena itu, tujuan khusus dari menciptakan karya seni instalasi sebagai elemen estetik spot swafoto di

ruang publik bernuansa Lokal ini adalah untuk membuat model elemen estetik bernuansa lokal yang berada di ruang publik khususnya di ruang ekonomi seperti kafe.

B. Metode Penciptaan

Dalam penciptaan karya, diperlukan suatu metode untuk menjelaskan jalannya tahapan-tahapan proses penciptaan. Metode yang digunakan dalam proses penciptaan karya seni rupa ini secara garis besar melakukan beberapa tahapan seperti tahapan dalam Kreasi Artistik Dharsono (2016), yaitu : Pertama, riset dengan pendekatan etik dan riset dengan pendekatan etik sebagai dasar penciptaan karya, dan kedua, tahapan penciptaan karya berisi: eksperimentasi, perenungan dan pembentukan.

PEMBAHASAN

Riset dengan pendekatan etik yang dilakukan adalah studi pustaka sebagai dasar penciptaan karya. Seni instalasi berasal dari perkembangan salah satu teknik dalam seni rupa (patung) yaitu asemblasi. Asemblasi sendiri berasal dari perkembangan aliran Kubisme (Picasso dan Braque), ditambah dengan semakin gencarnya pengaruh Dadaisme, Surealisme dan Conceptual Art/ Seni Konseptual. Dalam buku *Art Speak*, Robert, A. (1990:90), menyebutkan bahwa seni instalasi dunia pertama kali muncul pada era pop art (1950- 1970-an) dengan tokoh-tokohnya: Judy Pfaff dengan karyanya yaitu membuat taman bawah laut dari ribuan berbagai jenis sampah dengan sangat fantastic (2)

Adapun artian harfiahnya (asal kata install = memasang, installation = pemasangan), jadi seni instalasi merupakan seni yang memasang, menyatukan, memadukan dan mengkonstruksi sejumlah benda yang dianggap bisa merujuk pada suatu konteks kesadaran makna tertentu. Lebih spesifiknya instalasi adalah memasang, merakit, komponen-komponen benda seni maupun benda lain (bentuk di luar konteks seni rupa).

Seni instalasi menurut Mark Rosenthal (2003) dalam bukunya yang bertajuk "Understanding Installation Art" membagi seni instalasi menjadi 2 kategori, yaitu "Filled- Space Installation" dan "Site-Specific Installation". *Filled-space*, dimana karya instalasi tersebut hanya sebagai pengisi ruang (ruang dalam bangunan arsitektur maupun ruang imajiner (ruang di alam terbuka) dan ketika dia dipindahkan ke ruang yang lain bentuk karya tetap sama seperti sebelumnya (3). Berbeda dengan *Site-specific*, dimana karya selalu adaptif pada site (ruang) bahkan sampai mengeksplorasi ruang/ site pada karya. Dalam melakukan proses berkarya "*site specific*", seorang perancang seni instalasi harus melakukan riset terlebih dahulu terhadap ruang dimana karya akan ditempatkan. Sehingga membentuk kesatuan baru dan menawarkan makna baru.

Karya seni instalasi menjadi wujud nyata pembebasan seni rupa dari penggolongan seni lukis, seni grafis, seni patung, seni reklame, dan cabang-cabang seni rupa lainnya, serta penghapusan pandangan orang-orang awam atas seni rupa menjadi seni murni-seni terap, seni tinggi-seni rendah, atau seni bebas-seni terikat (4). Maka tidak heran, akhirnya muncul fenomena komodifikasi karya seni instalasi untuk elemen estetik ruang-ruang komersial, khususnya interior kafe instagenik sebagai spot swafoto (5). Hasil penelitiannya, interior café seperti apa yang mempengaruhi pengunjung untuk datang dan berswafoto, menyebutkan: 50% memilih dekorasi dinding/ elemen estetik yang unik, 12.5% memilih lighting/pencahayaan yang estetik, 33.3% memilih furnitur yang menarik, dan 4.2% memilih signage/logo branding kafe. Riset lain terkait dengan elemen estetik dalam tata ruang komersial juga sudah dilakukan oleh peneliti dengan merancang patung loro blonyo sebagai elemen interior (6) atau peneliti lain mengkaji fenomena swafoto yang mempengaruhi estetika interior ruang komersial dengan menyediakan spot-spot swa foto yang artistik menggunakan elemen estetik karya seni (7).

Komodifikasi berasal dari dua akar kata berbeda: "komoditas" dan "modifikasi". Menurut istilah yang lazim dipakai dalam kajian budaya, ialah proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme dimana obyek kualitas dan tanda-tanda diubah menjadi komoditas yaitu sesuatu yang tujuan utamanya terjual di pasar. Di dalam sistem kapitalisme, segala bentuk hasil produksi dan reproduksi dijadikan komoditi untuk dipasarkan dengan tujuan semata-mata mencari keuntungan (8).

Fenomena perubahan tanda-tanda atau makna karya seni rupa telah beralih menjadi semata-mata komoditas untuk kepentingan keuntungan ekonomi memang sudah terjadi seiring dengan populernya media sosial baru seperti Instagram atau facebook yang telah membentuk budaya swafoto yang secara umum didefinisikan sebagai foto diri dengan menggunakan kamera depan smartphone dan disebarluaskan melalui media sosial (khususnya Instagram). (9)

Gaya hidup swafoto ini akhirnya memberi peluang bagi pengusaha dan pemerintah daerah untuk menciptakan spot-spot artistik yang instagenic sebagai daya tarik wisatawan. Seperti di desa Wanagiri Buleleng Bali yang mengandalkan spot swafoto sebagai daya tarik wisata (10) atau penelitian Yuniarso tentang travel selfie dan destination image sebagai media alternatif promosi destinasi wisata berbentuk kebun bunga di sepanjang pinggir Jalan Jalur Lintas Selatan (JLS) desa Srigading, Kecamatan Sanden, Kabupaten Bantul, Yogyakarta (11).

Penelitian lainnya strategi peningkatan jumlah pengunjung generasi muda melalui citra destinasi dan daya tarik kampung wisata Tridi di kota Malang menyebutkan spot swafoto dengan tema tertentu sebagai bagian daya Tarik pengunjung (12).

Dari uraian di atas, fenomena gaya hidup masyarakat sekarang terkait dengan aktivitas swafoto bisa menjadi satu lahan kajian dan peluang usaha terutama pada perancangan spot swafoto di ruang publik dan ruang ekonomi. Spot

swafoto yang didukung dengan perkembangan media sosial seperti Instagram yang mampu meyebarluaskan sebuah spot destinasi wisata dengan jangkauan wisata yang tak terbatas menjadi satu bagian penting untuk branding citra destinasi wisata/ ruang ekonomi tertentu. Oleh karena itu penting kiranya, perancangan karya seni instalasi sebagai model pengkayaan elemen artistik spot swafoto untuk dilakukan.

A. Proses Penciptaan Karya

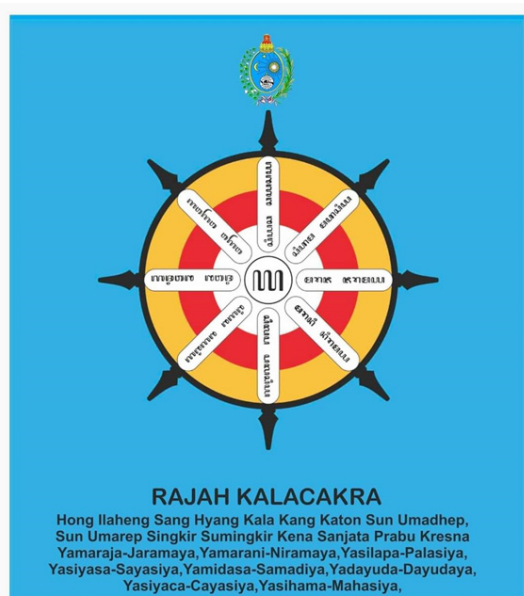
Karya spot selfie yang diciptakan diperuntukkan untuk ruang publik di ruang dalam sebuah kafe terinspirasi dari Rajah Kalacakra. Sebuah rajah yang sangat terkenal dan masih dipraktikkan oleh beberapa anggota masyarakat Jawa di Surakarta.

Rajah Kalacakra dalam kehidupan masyarakat Jawa paling populer. Rajah Kalacakra masih banyak dipraktikkan oleh masyarakat Jawa karena ada dalam prosesi Ruwatan Murwakala. Kata *ruwat* yang artinya lepas, *angruwat* atau *rumuwat* artinya 'membuat tak kuasa', menghapuskan, membebaskan, melepaskan dan menyelamatkan. Kata *rinuwat* artinya dibebaskan, dilepaskan dan diselamatkan. Jadi, *ruwatan* merupakan upacara pembebasan orang dari nasib buruk yang menyimpannya, sehingga keadaan dipulihkan seperti semula. Nasib buruk tersebut disebabkan oleh murka dewa (Subalidinata, 1985).

Digambarkan dalam lakon Murwakala ialah adanya tokoh Bapa Guru Sejati Dhalang Kandha Buwana yang tiada lain Batara Wisnu sendiri yang mampu membaca rajah kalacakra. Dikatakan dalam kisah bahwa barang siapa bisa membaca dan menerangkan isi rajah kalacakra, dialah yang mampu menguasai Batara Kala. Rajah berarti ngèlmu, Kala berarti waktu dan cakra berarti perputaran. Kalacakra berarti perputaran waktu atau kehidupan di dunia ini. Dengan demikian yang dimaksud dengan rajah kalacakra adalah ngèlmu kehidupan. Barang siapa memiliki ngèlmu kehidupan, ia mampu mengatasi dan menguasai Kala, kejahatan (Ign. Joko Suyanto, 2014: 63-74).

Rajah Kalacakra juga disebut dalam serat Ajidarma-Ajinirmala karya pujangga R.Ng. Ranggawarsita dari kerajaan Surakarta sekitar tahun 1791 J atau 1862 M, dimana Ajisaka (Jaka Sangkala) sebagai Dewasisya (murid para dewa) yang menerima pelajaran-pelajaran gaib yang suci serta mantra tentang darma dan kesucian jiwa. Salah satu pelajaran gaib dari Sang Hyang Kala (Daksinalaya) yang kemudian dicipta serupa rajah Kalacakra. Adapun rajah Kalacakra tersebut berbunyi: Yamaraja jaramaya, yamarani niramaya, yasilapa palasiya, yamidosa sadomiya, yadayuda dayudaya, yasiraddha ddharasiya, yasimaha mahasiya. Rajah Kalacakra berfungsi untuk perlindungan diri akan anasir atau bahaya dari luar dirinya (Tedjowirawan, 2010: 22).

Rajah Kalacakra. Rajah Kalacakra tersebut diinterpretasi dan hasilnya adalah ajaran tentang cinta kasihlah yang menjadi pelindung diri dari niat buruk orang lain. dari luar diri seseorang. Sebuah ajakan untuk selalu menanamkan rasa kasih sayang. Maka muncul simbol: sayap, malaikat dan bunga.



Gambar 01. Bentuk Rajah Kalacakra

Sumber: <https://pbs.twimg.com/media/D2ZymbXUcAAEh3-?format=jpg&name=medium> diunduh Isnanta, 10 Juni 2022, pukul: 13.45 wib

Bentuk dan makna rajah kalacakra tersebut, akan dieksplorasi dan atau ditafsir ulang sebagai dasar penciptaan karya seni instalasi yang sekaligus sebagai objek spot selfie di Almamater Café di Surakarta. Hasilnya adalah sebuah karya seni instalasi berjudul “Ku Beri kau Bunga...!”. Karya ini terinspirasi dari



Gambar 02. Simbol utama yang digunakan pada karya: bunga, sayap dan manusia
 Foto: Isnanta, 2022

Selain itu, karya ini diciptakan juga dengan mempertimbangkan ruang yang ada di Almamater Café. Hal ini dikarenakan bahwa tujuan karya seni ini diciptakan tidak hanya untuk ekspresi enciptannya tetapi sekaligus sebagai elemen estetik untuk spot swafoto di

ruang publik. Maka untuk mengcover selasar bagian belakang Almamater Café.

Pemilihan medium utama rotan dengan teknik ikat acak karena mempertimbangkan fungsi seni instalasi ini, yaitu sebagai objek spot selfie. Dengan menggunakan teknik ikat acak yang tidak terlalu rapat, maka banyak rongga untuk keluarnya cahaya. Hal ini menjadi satu keunikan dan keunggulan, yaitu bisa dinikmati pada siang hari maupun pada malam hari yang fungsinya menjadi lampion atau lampu estetik ruangan. Proses penciptaan karya ini diawali dengan pembuatan rangka manusianya dari rotan yang lebih besar mengacu pada desain atau sket awal.



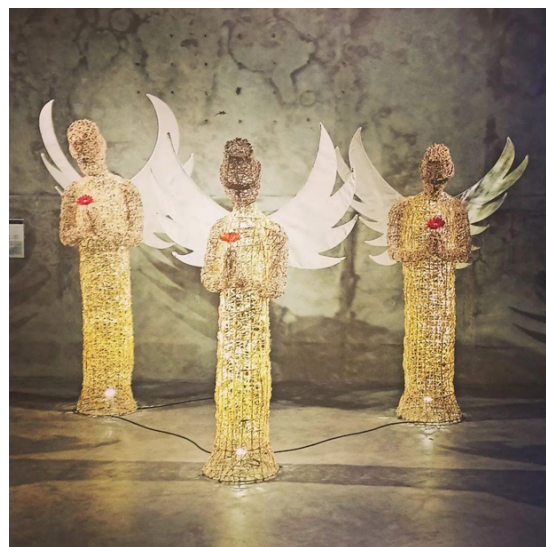
Gambar 03. Rangka manusia dari rotan dan sayap
Foto: Isnanta, 2022

Dari rangka badan tersebut kemudian dibuat rangka tangan, kepala dan sayap. Kerangka badan, tangan dan kepala ikatannya dirapatkan kemudian baru disambung antar organ dengan rotan yang kecil. Sedangkan sayap, dibuat rangkanya dulu baru setelah itu dilapisi kain blacu. Pemilihan material kain blacu untuk sedikit memberi aksen material meskipun masih memiliki warna yang hampir satu tone.

B. Karya Seni Instalasi

Karya seni instalasi yang diciptakan terdiri dari tiga patung malaikat terbuat dari rotan dengan aksen sayap dari kain blacu dan ditanganya terdapat Bunga Teratai dari kulit jagung (*klobot*). Karya ini berukuran

3 m x 3 m x 2.5 m. Karya ini terinspirasi dari Rajah Kalacakra. Rajah Kalacakra oleh masyarakat Jawa sering digunakan sebagai bentuk perlindungan, dari malapetaka hingga gangguan makhluk gaib.



Gambar 04. Karya Satriana Didiek, “Ku Beri kau Bunga..!”, Ukuran 3 m x 3 m x 2.5 m, berbahan rotan, kulit jagung dan kain blacu, 2022.

Foto: Satriana Didiek

Bentuk Rajah Kalacakra seperti kompas dengan 8 mata angin yang di dalamnya terdapat “*caraka balik*” atau huruf Jawa yang ditulis terbalik. Di tengah rajah terdapat lingkaran dan huruf Jawa “Ya” yang artinya *yakin marang samubarang tumindak Kang dumadi* (yakin akan ketetapan/qodrat Tuhan). Atau secara sederhana berarti “ya atau hiya” yang artinya selalu menerima apa yang sesuai dengan kehendak Tuhan Yang Maha Esa. Karya ini terinspirasi dari bait pertama Rajah Kalacakra: “YAMARAJA... ..JARAMAYA” yang artinya siapa yang menyerang, menjadi penyayang atau ajakan untuk selalu menanamkan rasa kasih sayang. Karya ini di pasang di Amamater Café di Kembangan Surakarta sebagai elemen estetik untuk spot swafoto dan sempat dipamerkan di pameran internasional “Bricolage” tahun 2022.

C. Seni Instalasi Sebagai Elemen Estetik

Ruang merupakan unsur utama dalam desain interior. Pada saat manusia memasuki sebuah bangunan maka akan merasakan adanya perlindungan. Persepsi ini timbul karena bangunan tersebut terdapat elemen pembentuk ruang. Menurut Francis D. K. Ching dan Corky Binggeli ruang interior di dalam bangunan dijelaskan tepinya oleh komponen struktur arsitektur dan pelingkupnya, seperti kolom, dinding, lantai, dan atap (13). Elemen-elemen ini memberikan bentuk ke bangunan, memberi demarkasi sebagian ruang yang tidak terbatas dan membentuk pola ruang interior. Dengan adanya elemen-elemen yang terdapat pada ruang, manusia akan berinteraksi terhadap ruang tersebut (14).

Pengolahan ruang mampu merangsang indera manusia untuk berinteraksi terhadap lingkungan sekitarnya sehingga mendapatkan pengalaman ruang. Sriti Mayang Sari (Sriti, 2005) menjelaskan manusia dengan segala kelengkapan fisik dan psikis memungkinkannya untuk menanggapi, merespon berbagai macam bentuk dan pengolahan ruang, serta pengaruhnya terhadap intelektual maupun emosional mereka. Kesan ruang diterima manusia terutama melalui penglihatan, karena mata mempunyai kemampuan mengamati suatu objek dan dibantu indera-indera lainnya seperti pendengaran, penciuman dan sebagainya sehingga membangkitkan suatu kesan emosional atau image tertentu bagi jiwa (15). ketika manusia menikmati karya seni atau objek estetis seperti ruang interior yang memiliki konsep tertentu maka seseorang tersebut akan merasakan pengalaman estetis ketika menikmati sebuah karya seni. Pada penelitian Yeremias Jena menjelaskan bahwa pengalaman estetis adalah bagian terpenting dari pengalaman perjumpaan dengan karya-karya seni (16).

Oleh karena itu, membuat penelitian ini menjadi penting, sebuah karya seni sebagai elemen estetis sebuah kafe untuk spot swafoto. Karena nilai fungsinya itulah maka karya

seni instalasi yang diciptakan tentu saja mempertimbangkan ruang yang ada. Seperti halnya karya yang diciptakan, sebuah karya instalasi dalam bentuk tiga patung malaikat dari rotan yang bisa juga menjadi lampion ketika diberi lampu di dalamnya. Pemilihan ruang di selasar bagian belakang Almamater Café yang cukup luas, karya ini tidak hanya menambah keindahan ruang yang ada, tetapi juga melembutkan dinding dan atap selasar yang terbuat dari baja.



Gambar 05. Penataan karya seni instalasi di selasar Almamater Café
Foto: Satriana Didiek

SIMPULAN

Fenomena selfie-tourism (wisata swafoto) memang sudah bukan hal yang asing lagi, dan karya seni, telah menjadi salah satu 'korban'nya. Tentunya fenomena ini tidak hanya terjadi di ruang-ruang seni Bandung, begitu pula di Jakarta, Yogyakarta, bahkan terjadi juga di luar negeri, di negara-negara maju sekalipun. Fenomena swafoto ini akhirnya mempengaruhi pengelola ruang komersial seperti kafe untuk mendekorasi ulang interiornya dengan menyediakan spot swafoto sebagai salah satu dayatarik usahanya. Dampaknya. Yang menjadi korban adalah karya seni murni yang telah beralih fungsi dari media ekspresi menjadi seni terapan.

Fenomena perubahan tanda-tanda atau makna karya seni rupa telah beralih menjadi semata-mata komoditas untuk kepentingan keuntungan ekonomi memang sudah terjadi seiring dengan populernya media sosial baru seperti Instagram atau facebook yang telah

membentuk budaya swafoto yang secara umum didefinisikan sebagai foto diri dengan menggunakan kamera depan smartphone dan disebarkan melalui media sosial. Karya seni diciptakan tidak hanya untuk kepuasan ekspresi senimannya tetapi sekaligus untuk kepentingan yang lain, yaitu sebagai elemen estetis spot swafoto.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ramadhan, Rio, dkk, 2017, Fenomena Selfie (Berfoto Sendiri) di Akun Media Sosial Path sebagai Bentuk Ekspresi Diri (Pada Remaja SMK PGRI 3 Malang),JI-SIP Vol 6 no 1.
2. Walker, John A, 1977, Glossary of Art, Architecture and design Since 1945, London, Penerbit Clive Bingley LTD
3. Rosenthal, Mark, 2003, Understanding Installation Art: From Duchamp to Holzer, Munich: Prestel.
4. Kusmara, Andryanto Rikrik, 2011, "Medium Seni dalam Medan Sosial Seni Rupa Kontemporer Indonesia", dalam Disertasi Program Studi Ilmu Seni Rupa dan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung.
5. Putu Surya Triana Dewi, ,2018, " Elemen Interior Sebagai Spot Selfie Pada Kafekafe Instagenic di Kota Denpasar," dalam prosiding seminar nasional Desain & Arsitektur (SENADA) Sekolah Tinggi Desain Bali.Hal. 464-471
6. Syamsiar, Satriana Didiek Isnanta, 2017,"Studi Penciptaan Lampion Rotan Loro Blonyo Sebagai Elemen Estetik Interior", dalam jurnal Brikolase Vol. 9 No. 1 Jurusan Seni Murni ISI Surakarta.
7. Ira Audia Agustina, Yongkie Angkawijaya, 2019," Fenomena Swafoto dan Pengaruhnya Terhadap Budaya Visual pada Estetika Interior Ruang Komersial," dalam jurnal Desain Interior Vol. 4 No. 1.
8. Barker, Chris. 2005. Cultural Studies Teori dan Praktik (terjemahan : Tim Kunci Cultural Studies Centre). Yogyakarta : Bentang (PT. Bentang Pustaka). Hal. 517
9. Idealita Ismanto, 2019," Selfie: Budaya Identitas Remaja Surabaya," dalam jurnal Kajian Seni Vol. 5 No. 2 . Hal. 182-191
10. Ni Kadek Widyastuti, Ni Luh Christine Prawitha Sari Suyasa, 2018, "Wisata Swafoto Sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Wanagiri, Buleleng," dalam prosiding seminar nasional: Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora (SINTESA) Universitas Dhyana Pura Bali. Hal. 363-370..
11. Ari Yuniarso, Tri Wiyana, Arif Zulkarnain, dan Iwan Khrisnanto, 2018," Travel Selfie dan Destination Image: Studi Kasus Taman Bunga Jalan Jalur Lingkaran Selatan (Jl) Yogyakarta," dalam National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development Universitas Bunda Mulia, Jakarta. Hal. 93-102.
12. Cahyanti, Mega Mirasaputri, Widiya Dewi Anjaningrum, 2017," Meningkatkan Niat Berkunjung pada Generasi Muda Melalui Citra Destinasi dan Daya Tarik Kampung Wisata," dalam Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia Vol. 11 No. 2. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Asia.
13. Ching, F. D. K., & Binggeli, C. (2011). Desain interior dengan ilustrasi (2nd ed.). Jakarta: PT Indeks.
14. Fitriyani Arifin, 2019," Kajian Pengalaman Estetis Pengunjung Pada Ruang Interior Via-Via Café Yogyakarta," pada jurnal IKONIK: Jurnal Seni dan desain, Vol. 1 No. 1 Juli 2019.
15. Sriti, M. S., 2005. "Implementasi Pengalaman Ruang dalam Desain Interior". Dimensi Interior, 3(2), 165–176.
16. Yeremias, J. (2014). Dari Pengalaman Estetis ke Sikap estetis dan Etis. Melintas, 30(1), 22–44.