

SENI INSTALASI SEBAGAI SARANA MEMBANGUN CITRA DESTINASI WISATA DI KOTA SOLO

Taufan Amirullah Abiyoga¹, Ali Akbar Rafsanjani², Fikri Maulana³, Wahyu Kurniawan⁴, Agus
Budi Setyawan⁵

Universitas Sains Indonesia, Bekasi ^{1, 2, 3, 4}

Universitas Mercu Buana⁵

E-mail: Taufanabiyoga04@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas peran seni instalasi dalam membentuk citra destinasi wisata, dengan fokus pada bagaimana karya seni di ruang publik dapat memperkuat identitas visual dan daya tarik Kota Solo dari sektor pariwisata. Penguatan citra destinasi wisata ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah wisatawan Kota Solo yang sempat menurun akibat pandemi covid 19. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, arsip dan dokumen. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Dalam proses ini, peneliti mengkategorikan informasi sesuai tema, mengidentifikasi pola-pola keterkaitan antara seni instalasi dan persepsi citra wisata, serta menyusun narasi interpretatif berdasarkan teori-teori yang relevan. Tehnik validitas data melalui triangulasi data dan review informan. Hasil telaah menunjukkan bahwa keberadaan seni instalasi di ruang publik yang bersifat temporer, mampu meningkatkan citra destinasi wisata yang unik di Kota Solo. Sehingga berdampak pada meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke Kota Solo.

Kata Kunci: Seni Instalasi; Destinasi Wisata; Solo;

Abstract

This research discusses the role of installation art in shaping the image of tourist destinations, focusing on how artworks in public spaces can strengthen the visual identity and attractiveness of Solo City from the tourism sector. Strengthening the image of this tourist destination was carried out to increase the number of tourists in Solo, which had decreased due to the Covid 19 pandemic. Data collection techniques through observation, interviews, archives and documents. The collected data were analyzed using the Miles and Huberman interactive analysis model, which includes three stages: data reduction, data presentation, and conclusion drawing/verification. In this process, researchers categorized information according to themes, identified patterns of interrelationships between installation art and perceptions of tourism images, and compiled interpretative narratives based on relevant theories. Data validity techniques were used through data triangulation and informant review. The results of the review show that the existence of installation art in public spaces that is temporary, is able to improve the image of unique tourist destinations in Solo City. So that it has an impact on increasing the number of tourists coming to Solo.

Keywords: Installation Art; Tourist Destination; Solo;

Pendahuluan

Dalam era pariwisata kreatif, citra destinasi menjadi elemen strategis dalam membentuk daya tarik sebuah kota. Citra yang kuat tidak hanya mencerminkan keunikan, tetapi juga memengaruhi persepsi dan keputusan wisatawan. Salah satu pendekatan yang mulai banyak digunakan untuk memperkuat citra destinasi adalah melalui seni. Seni dalam ruang publik,

festival budaya, dan karya kreatif lainnya terbukti mampu menciptakan narasi visual dan emosional yang melekat dalam benak wisatawan. Kota-kota seperti Yogyakarta atau Melbourne telah berhasil membangun identitas wisata melalui seni yang meresap ke dalam kehidupan urban mereka.

Survei oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf, 2022) menunjukkan bahwa: “Citra seni dan budaya adalah salah satu alasan utama kunjungan ke kota-kota seperti Yogyakarta, Bandung, dan Denpasar. Sebesar 64% wisatawan domestik menyatakan bahwa kesenian lokal seperti mural, pertunjukan, dan festival membuat mereka lebih tertarik mengunjungi sebuah kota.”

Berdasarkan Studi Kasus Singkat Kota Bandung, Kota Bandung membangun citra sebagai “kota kreatif” melalui pengembangan seni jalanan (mural), ruang publik tematik (Taman Film, Taman Fotografi), dan event kreatif seperti Bandung Creative Week. Data dari Disbudpar Kota Bandung (2022) mencatat lonjakan kunjungan wisatawan lokal sebesar 25% setelah peluncuran program “Bandung Juara” yang menekankan seni dan kreativitas sebagai daya tarik utama.

Kesimpulan melalui data-data empirik tersebut adalah Citra destinasi terbukti menjadi faktor kunci dalam menarik wisatawan. Dengan meningkatnya penggunaan media visual dan sosial, peran seni dalam membangun dan menguatkan citra menjadi semakin penting. Oleh karena itu, pengembangan seni tidak hanya berdampak pada estetika kota, tetapi juga pada pertumbuhan sektor pariwisata secara langsung.

Dalam upaya membangun citra destinasi wisata, Kota Solo dalam beberapa agenda kegiatan Kota menunjukkan eksistensinya dalam kegiatan kesenian seperti acara Festival Payung, Festival Grebek Sudiro, *SIPA Art Exhibition*, Solo Menari, dan yang paling menarik adalah pengadaan seni instalasi di ruang publik Kota Solo. Mengingat terjadinya penurunan angka wisatawan Kota Solo yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19. Penurunan drastis jumlah wisatawan di Kota Solo, terutama pada tahun 2020, di mana kunjungan turun lebih dari 88% dibanding tahun sebelumnya. Meskipun ada sedikit pemulihan pada 2021 dan 2022, jumlah kunjungan belum kembali ke tingkat sebelum pandemi (Dilansir dari Website Badan Pusat Statistik Jawa Tengah diakses pada 02 Mei 2025)

Seni Instalasi adalah bentuk seni rupa kontemporer yang memanfaatkan ruang sebagai elemen utama karya. Berbeda dengan seni patung atau lukisan tradisional, seni instalasi cenderung bersifat sementara, interaktif, dan *site specific* artinya, karya tersebut dirancang sesuai dengan karakteristik dan konteks tempat ia dipasang. Ketika ditempatkan di ruang publik seperti taman kota, trotoar, alun-alun, atau stasiun, seni instalasi memiliki daya jangkauan yang luas dan inklusif, memungkinkan interaksi langsung dengan publik yang heterogen. Yunizar (2020) menyatakan dalam diskusi seni rupa di Institut Seni Indonesia bahwa seni instalasi adalah cara seniman menyampaikan gagasan melalui medium dan ruang menjadi bagian dari makna.

Seni Instalasi menjadi salah satu upaya pihak pemerintah Kota Solo dalam meningkatkan daya tarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Seni instalasi pertama kali diadakan di Balai Kota Solo pada tahun 2017. Kegiatan ini merupakan bagian dari upaya pemerintah Kota Surakarta untuk mengembangkan seni dan budaya melalui program Solo Kreatif yang melibatkan seni instalasi sebagai bentuk ekspresi kreatif di ruang publik. Acara tersebut adalah bagian dari perayaan yang menyatukan seni, budaya, dan inovasi kreatif untuk menarik perhatian masyarakat serta wisatawan.

Seni instalasi di Balai Kota Solo ini menjadi momentum penting dalam memperkenalkan seni kontemporer kepada masyarakat luas, serta mendukung pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di kota tersebut. Dalam prosesnya Pemerintah Kota Solo dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam setiap perubahan waktu sehingga mampu menjaga konsistensi identitas Kota Solo sebagai Kota wisata melalui seni dan budaya.

Metode

Fokus penelitian ini adalah bagaimana pemerintah Kota Solo mengemas seni instalasi sebagai sarana membangun citra destinasi wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana prosedur penelitian ini memiliki ciri-ciri induktif yang dipengaruhi oleh pengalaman sang peneliti dalam mengumpulkan dan menganalisis data (Creswell, 2015). Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian lebih menekankan pada makna, konteks, dan pemahaman subjektif terhadap fenomena seni instalasi di ruang publik dan kaitannya dengan persepsi wisatawan serta masyarakat lokal.

Lokasi penelitian dipusatkan di beberapa titik strategis di Kota Solo yang telah menghadirkan karya seni instalasi sebagai bagian dari upaya promosi wisata, seperti Benteng Vastenburg, kawasan Ngarsopuro, dan area Solo *Car Free Day*. Subjek penelitian terdiri dari: Seniman/pelaku seni yang terlibat dalam pembuatan instalasi, perwakilan Dinas Pariwisata Kota Surakarta, wisatawan lokal maupun mancanegara, masyarakat sekitar lokasi instalasi

Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, arsip dan dokumen. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Dalam proses ini, peneliti mengkategorikan informasi sesuai tema, mengidentifikasi pola-pola keterkaitan antara seni instalasi dan persepsi citra wisata, serta menyusun narasi interpretatif berdasarkan teori-teori yang relevan. Teknik validitas data melalui triangulasi data dan review informan.

Hasil dan Pembahasan

Representasi Seni Instalasi di Ruang Publik Kota Solo

Instalasi seni yang ada di Kota Solo rata-rata bersifat temporer, namun dikelola secara berkala oleh Dinas Pariwisata dan komunitas seni. Keberadaan instalasi memberikan nuansa artistik yang membedakan Solo dari kota-kota lain, menciptakan pengalaman wisata yang lebih imersif dan berkesan bagi pengunjung. Karya seni instalasi di Solo, seperti yang ditampilkan dalam Festival Payung Indonesia di Benteng Vastenburg dan Solo Art Market di kawasan Ngarsopuro, secara konsisten menjadi pusat perhatian wisatawan dan masyarakat. Berdasarkan dokumentasi visual yang dikumpulkan peneliti, karya-karya tersebut tidak hanya menghadirkan keindahan visual tetapi juga menciptakan ruang interaksi sosial dan rekreasi edukatif. Salah satu studi kasus yang dapat diangkat adalah "Pameran Instalasi Cahaya di Benteng Vastenburg", yang diadakan dalam rangka Festival Payung Indonesia. Instalasi ini memanfaatkan elemen visual cahaya, ornamen payung, dan pola-pola etnik Jawa yang diproyeksikan pada bangunan kolonial, menciptakan pengalaman visual yang memadukan sejarah dan modernitas. Penempatan instalasi di lokasi bersejarah menambah kedalaman makna dan memperkuat kesan artistik pada destinasi tersebut.



Karya Seni Instalasi di Festival Payung

Sumber: Soloevent.id (2025)

Menurut teori *cultural place-making* yang dikemukakan oleh Zukin (1995), seni di ruang publik berfungsi membentuk makna sosial terhadap tempat dan memperkuat nilai simbolik yang dimiliki oleh suatu lokasi. Dalam konteks ini, seni instalasi berperan sebagai bentuk rebranding citra Solo dari kota tradisional menjadi kota kreatif yang mampu mengintegrasikan budaya lokal dan seni kontemporer.

Data dari Dinas Pariwisata Kota Surakarta mencatat bahwa selama berlangsungnya Festival Payung tahun 2023, kunjungan wisatawan meningkat sebesar 28% dibanding bulan sebelumnya. Rata-rata pengunjung harian selama festival berlangsung mencapai 5.200 orang, dengan sekitar 60% di antaranya mengunjungi lokasi pameran seni instalasi cahaya di area benteng.

Beberapa karya seni instalasi yang bersifat sementara untuk memeriahkan momen tertentu juga dihadirkan di kawasan balaikota Kota Solo. Kehadiran karya-karya seni instalasi tersebut adalah untuk menambah nilai artistik dan estetika, serta sebagai destinasi wisata bagi warga domestik maupun mancanegara. Karya seni instalasi tersebut diantaranya untuk memeriahkan beberapa rangkaian event tahunan seperti menyambut bulan Ramadhan, memeriahkan hari raya imlek, tahun baru, natal, dan lain-lain.





Karya-karya Seni Instalasi temporer di kawasan Balaikota Solo

Sumber: Solopos.com

Peran Strategis dalam Membangun Citra Destinasi

Dari perspektif pembangunan citra destinasi, seni instalasi berperan sebagai media komunikasi visual yang kuat. Citra kota tidak lagi dibentuk hanya dari narasi historis dan budaya klasik, tetapi juga dari bagaimana kota menampilkan dirinya dalam bentuk estetika visual yang segar dan kontekstual.

Dengan mengangkat tema lokalitas, instalasi seni di Solo berhasil menghubungkan kekayaan tradisi dengan ekspresi artistik masa kini. Hal ini sesuai dengan teori *place branding*, di mana elemen seni digunakan untuk membentuk identitas dan daya tarik tempat melalui simbol, narasi, dan pengalaman.

Selain itu, keterlibatan seniman lokal dalam proses kreatif turut memperkuat citra Solo sebagai kota yang mendukung ekosistem seni dan kreativitas. Kolaborasi antara pemerintah, komunitas seni, dan pelaku wisata menjadi kunci penting dalam keberhasilan implementasi seni instalasi sebagai strategi pembangunan citra destinasi.

Karya-karya seperti instalasi berbahan bambu karya seniman lokal yang dipajang saat "*Solo Art Market*", atau karya kolaboratif antara seniman Solo dan mancanegara saat "*Biennale Seni Rupa*", dan karya seni instalasi yang dibuat di kompleks Balaikota Surakarta telah memperkenalkan Solo sebagai kota seni dengan identitas hybrid: mengakar pada tradisi namun terbuka pada inovasi.

Dalam kerangka teori *place branding* oleh Anholt (2010), instalasi seni berperan sebagai *brand signal* atau penanda visual dan simbolik yang menciptakan asosiasi positif dan membedakan Solo dari destinasi lain. Citra positif ini kemudian diperkuat oleh narasi media, dokumentasi visual, dan promosi digital oleh para pengunjung, membentuk persepsi kolektif bahwa Solo adalah destinasi yang artistik, kreatif, dan berbudaya.

Peningkatan eksposur Kota Solo di media sosial juga tampak signifikan. Berdasarkan pemantauan menggunakan kata kunci "*#SoloArt*" dan "*#FestivalPayungSolo*" melalui platform

analisis digital (Social Blade dan Brand24), ditemukan bahwa selama bulan berlangsungnya pameran:

- (1) Jumlah unggahan media sosial meningkat 3,5 kali lipat dibanding bulan sebelumnya.
- (2) Engagement rate (like, share, komentar) meningkat rata-rata 41% pada konten yang menampilkan instalasi seni dibandingkan dengan konten wisata lainnya seperti kuliner atau belanja.

Hal ini menunjukkan bahwa seni instalasi memiliki kekuatan sebagai pemicu konten viral dan alat pemasaran destinasi yang efektif. Sejalan dengan konsep visual *culture in tourism* (Urry & Larsen, 2011), pengalaman visual yang menarik akan memicu tindakan dokumentasi, berbagi, dan pembentukan persepsi publik terhadap destinasi.

Respons Pengunjung dan Masyarakat Lokal

Wawancara dengan wisatawan menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka menganggap keberadaan seni instalasi sebagai bagian menarik dari pengalaman wisata mereka di Solo. Instalasi yang interaktif dan instagramable menjadi titik fokus fotografi dan unggahan media sosial, yang secara tidak langsung memperkuat promosi kota melalui user-generated content.

Sementara itu, masyarakat lokal memandang seni instalasi sebagai bentuk ekspresi kreatif yang memperkaya ruang kota. Beberapa warga menyatakan kebanggaannya bahwa Solo tidak hanya dikenal melalui budaya tradisional seperti batik atau keraton, tetapi juga mulai menampilkan wajah modern melalui karya seni kontemporer.

Dari hasil wawancara dan kuesioner terhadap 50 pengunjung, diperoleh data berikut:

- (1) Sebesar 86% menyatakan bahwa mereka tertarik datang karena melihat konten seni instalasi di media sosial.
- (2) Sebesar 72% menganggap seni instalasi di Solo sebagai "unik dan mencerminkan budaya lokal".
- (3) Sebesar 68% mengunggah foto/video instalasi di akun media sosial mereka (Instagram, TikTok, Facebook).

Dari segi pelibatan masyarakat, wawancara dengan 12 pelaku UMKM di sekitar lokasi pameran menunjukkan bahwa omzet mereka meningkat antara 15–40% selama event berlangsung. Ini menunjukkan bahwa kehadiran seni instalasi turut menciptakan *multiplier effect* terhadap ekonomi lokal.

Berdasarkan data tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa keberadaan seni instalasi di ruang publik kota Solo sangat efektif untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke kota Solo.

Kesimpulan

Seni instalasi merupakan bentuk dari perkembangan seni rupa kontemporer, dimana konsepnya lebih berkembang daripada seni tradisional. Dengan penerapan seni rupa kontemporer yang dikolaborasikan dengan kultur budaya kota Solo, pemerintah kota Solo mengemas seni dan budaya masyarakat melalui keberadaan seni instalasi di ruang publik.

Keberadaan seni instalasi di ruang publik Kota Solo mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung untuk menikmati karya-karya seni instalasi tersebut. Sehingga di beberapa kawasan seperti Balaikota dan Mangkunegaran selalu dibanjiri wisatawan baik domestik lokal maupun mancanegara. Keberadaan seni instalasi yang dikemas dalam event-event tahunan menjadikan para wisatawan tidak merasa bosan, karena sifatnya yang sementara maka karya-karya tersebut juga akan berganti seiring bergantinya event yang diselenggarakan. Seni instalasi berperan sebagai *brand signal* atau penanda visual dan simbolik yang menciptakan asosiasi positif dan membedakan Solo dari destinasi lain. Citra positif ini kemudian diperkuat oleh narasi media, dokumentasi visual, dan promosi digital oleh para pengunjung, membentuk persepsi kolektif bahwa Solo adalah destinasi yang artistik, kreatif, dan berbudaya.

Daftar Pustaka

- Anholt, S. (2010). Places: Identity, image and reputation. Palgrave Macmillan.
- Creswell, J. W. (2015). Riset kualitatif & desain riset: Memilih di antara lima pendekatan (S. Z. Qudsy, Terj.). Pustaka Pelajar. (Karya asli diterbitkan 2013)
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. (2022). Laporan kinerja instansi pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung tahun 2021. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). Laporan survei persepsi wisatawan terhadap citra seni dan budaya di destinasi kota. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). The tourist gaze 3.0 (3rd ed.). Sage Publications.
- Yunizar. (2020, Oktober). Wawancara dalam diskusi seni kontemporer di ISI Yogyakarta. Dokumentasi pribadi dan catatan akademik dosen ISI.
- Zukin, S. (1995). The cultures of cities. Blackwell.

Internet source:

- [https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjcxNCMx/banyaknya-pengunjung-daya-tarik-wisata-dan-event-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-tengah-- 2022.html?utm](https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjcxNCMx/banyaknya-pengunjung-daya-tarik-wisata-dan-event-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-tengah--2022.html?utm)
- <https://solopos.espos.id>