

STUDIO TUGAS AKHIR ARSITEKTUR

**EKSPLORASI ESTETIKA VISUAL DESTINASI
WISATA YOGYAKARTA BERDASARKAN
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



DISUSUN OLEH :

**YINGE YIFANKA ARIFIN
210118435**

**PROGRAM STUDI SARJANA ARSITEKTUR
DEPARTEMEN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN
STUDIO TUGAS AKHIR ARSITEKTUR

**EKSPLORASI ESTETIKA VISUAL DESTINASI WISATA
YOGYAKARTA BERDASARKAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Yinge Yifanka Arifin

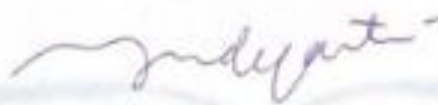
NPM: 210118435

Telah diperiksa, dievaluasi, dan dinyatakan lulus dalam penyusunan

STUDIO TUGAS AKHIR ARSITEKTUR

Pada Program Studi Sarjana Arsitektur
Departemen Arsitektur – Fakultas Teknik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 30 Maret 2026
Pembimbing,



Dr. Ir. Anna Pudianti, M.Sc.

Mengetahui,
Ketua Departemen Arsitektur



FAKULTAS
TEKNIK

Dr. Ir. Anna Pudianti, M.Sc.

SURAT PERNYATAAN

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yinge Yifanka Arifin

NPM : 210118435

Program Studi : Arsitektur

Perguruan Tinggi : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Judul Penelitian : Eksplorasi Estetika Visual Destinasi Wisata Yogyakarta Berdasarkan Media Sosial Instagram

Menyatakan bahwa penelitian tugas akhir arsitektur ini merupakan karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan tiruan, salinan, atau duplikasi dari penelitian tugas akhir yang telah dipergunakan untuk mendapatkan gelar Sarjana Arsitektur baik di lingkungan Universitas Atma Jaya Yogyakarta maupun perguruan tinggi lain, serta belum pernah dipublikasikan.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab besar serta bersedia memikul segala risiko jika ternyata pernyataan diatas tidak benar.

Hormat saya,



Yinge Yifanka Arifin

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang atas rahmat dan karunia-Nya telah memberikan kelancaran, kemudahan, dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Studio Tugas Akhir ini yang berjudul “EKSPLORASI ESTETIKA VISUAL DESTINASI WISATA YOGYAKARTA BERDASARKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM” disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Tugas Akhir pada Program Studi Sarjana Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena pergeseran fundamental dalam dunia pariwisata yang kini sangat dipengaruhi oleh teknologi digital, khususnya media sosial berbasis visual seperti Instagram. Munculnya tren "*instagrammability*" telah menjadikan arsitektur bukan lagi sekadar wadah kegiatan, melainkan daya tarik visual utama itu sendiri. Namun, masih terdapat kekosongan studi yang secara sistematis mengidentifikasi elemen-elemen arsitektural spesifik yang membentuk preferensi visual populer tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memetakan preferensi estetika tersebut untuk memberikan kontribusi bagi pengembangan wacana teori arsitektur dan wawasan praktis bagi para pemangku kepentingan di industri pariwisata.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa semua ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan moral dan material dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Anna Pudianti, M.Sc. selaku dosen pembimbing, atas kesabaran, waktu, dan arahan yang sangat berharga selama proses bimbingan.
2. Pimpinan dan seluruh jajaran dosen di Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
3. Orang tua dan keluarga tercinta, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.
4. Rekan-rekan mahasiswa dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas semangat, diskusi, dan bantuannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan lapang dada demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga

penelitian tugas akhir ini dapat berjalan dengan lancar dan hasilnya kelak dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bagi praktik arsitektur dan pariwisata di Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Maret 2026



Yinge Yifanka Arifin



ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena pergeseran fundamental dalam dunia pariwisata di mana media sosial, khususnya Instagram, telah menjadikan arsitektur sebagai daya tarik visual utama dan bukan sekadar wadah kegiatan fungsional. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memetakan preferensi estetika visual wisatawan terhadap arsitektur destinasi wisata di Yogyakarta berdasarkan representasinya di Instagram. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *mixed-method* yang meliputi observasi digital (*netnografi*), observasi lapangan, dan wawancara semi-terstruktur terhadap 35 responden di 7 lokasi populer (seperti Tamansari, Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat, Benteng Vredeburg, Sekar Kedhaton, Stasiun Tugu, Tempo Gelato, Museum Kotagede), data dianalisis secara tematik. Hasil penelitian mendekonstruksi preferensi visual pengunjung ke dalam tiga tema utama: (1) Fasad dan pintu masuk (*entrance*) difungsikan sebagai bingkai narasi dua dimensi yang memberikan identitas lokasi secara instan; (2) Kesadaran intuitif wisatawan terhadap skala tubuh manusia digunakan untuk menyeimbangkan proporsi bangunan dalam komposisi digital; dan (3) Persepsi fenomenologis terhadap materialitas, di mana warna dan pencahayaan lebih dominan dieksplorasi untuk menciptakan suasana (*mood*) atau memori dibandingkan tektonika bangunan. Kesimpulannya, estetika visual yang terkurasi di media sosial membuktikan terjadinya hiper-realitas spasial, yang mengimplikasikan perlunya pergeseran paradigma desain bagi arsitek dan pengelola destinasi untuk lebih mengoptimalkan elemen visual fasad, pencahayaan, dan *photo spots* yang selaras dengan perilaku konsumsi visual kontemporer.

Kata Kunci : Pariwisata, Elemen Arsitektur, Media Sosial, Visual, Eksplorasi.

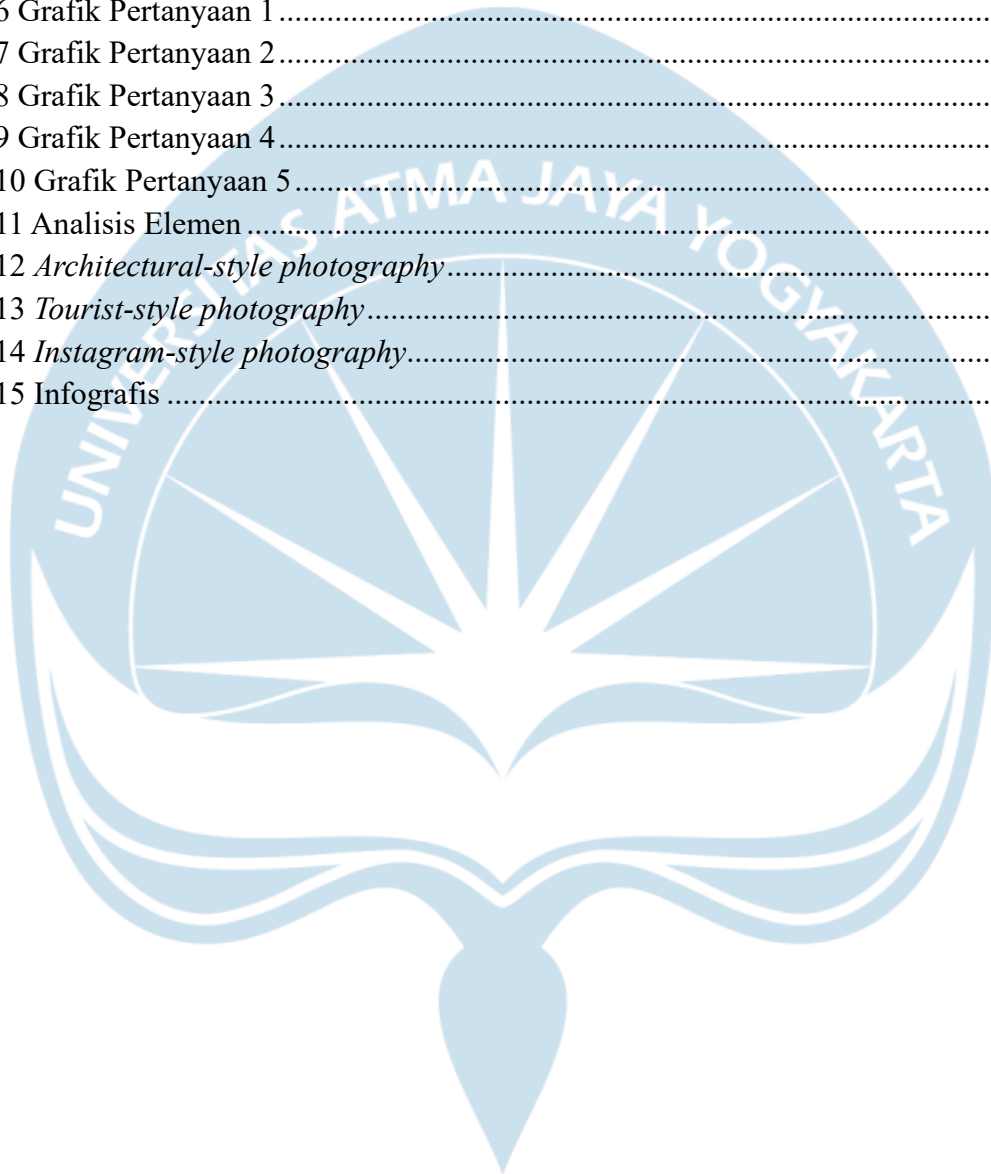
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Sasaran dan Manfaat Penelitian	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Estetika Visual dalam Arsitektur	5
2.1.2 Arsitektur Pariwisata dan Pembentuk Citra Destinasi	6
2.1.3 Peran Media Sosial dalam Persepsi Visual Destinasi	6
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	7
2.2.1 Judul: The Power of User-Generated Content in Shaping Destination Image: A Case Study of Yogyakarta on Instagram (Pratama & Fathani, 2022).	7
2.2.2 Judul: Instagrammability as a new design principle in contemporary tourism architecture (Soedarsono, Kunto, & Ghozali, 2020).	7
2.2.3 Judul: Understanding tourists aesthetic judgment of a destination through social media photographs (Zhang & Li, 2019).	8
2.3 Kerangka Berpikir	8
BAB III	10
METODE PENELITIAN.....	10

3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	10
3.2	Waktu dan Lokasi Penelitian	10
3.3	Objek dan Subjek Penelitian.....	12
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	12
3.5	Instrumen Penelitian	13
3.6	Teknik Analisis Data.....	14
3.7	Alur Penelitian.....	15
BAB IV		18
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		18
4.1	Identifikasi Titik Daya Tarik Wisata Melalui Data Instagram	18
4.2	Peta Persebaran Lokasi Penelitian	21
4.3	Analisis Data Wawancara	23
4.4	Analisis Interpretatif.	26
4.4.1	Hasil tabel	27
4.4.2	Pemetaan Elemen Arsitektural	27
4.4.3	Dekonstruksi Elemen Estetika Visual	31
4.5	Dialog Teori.....	33
4.6	Infografis Hasil.....	37
BAB V		38
KESIMPULAN DAN SARAN.....		38
5.1	Kesimpulan	38
5.2	Saran	39
5.2.1	Saran Praktis (untuk Arsitek, Desainer, dan Pengelola Destinasi)	39
5.2.2	Saran Teoritis (untuk penelitian selanjutnya)	40
DAFTAR PUSTAKA.....		41
LAMPIRAN.....		43

DAFTAR GAMBAR

Figure 1 Data BPS DIY	1
Figure 2.1 Pembagian Wilayah D.I.Yogyakarta	11
Figure 3 Alur Penelitian	15
Figure 4 Persebaran Lokasi	18
Figure 5 Peta Persebaran Lokasi Penelitian	22
Figure 6 Grafik Pertanyaan 1	29
Figure 7 Grafik Pertanyaan 2	29
Figure 8 Grafik Pertanyaan 3	30
Figure 9 Grafik Pertanyaan 4	30
Figure 10 Grafik Pertanyaan 5	31
Figure 11 Analisis Elemen	33
Figure 12 <i>Architectural-style photography</i>	34
Figure 13 <i>Tourist-style photography</i>	34
Figure 14 <i>Instagram-style photography</i>	34
Figure 15 Infografis	37



DAFTAR TABEL

Table 1 Data Instagram	19
Table 2 Data Foto Responden	25
Table 3 Analisis Kelompok Data Pertanyaan 1.....	26
Table 4 Analisis Kelompok Data Pertanyaan 2.....	26
Table 5 Analisis Kelompok Data Pertanyaan 3.....	26
Table 6 Analisis Kelompok Data Pertanyaan 4.....	26
Table 7 Analisis Kelompok Data Pertanyaan 5.....	27
Table 8 Pengelompokkan Kategori	28

