

## Graffiti Sebagai Lambang Komunikasi dan Eksistensi Diri *Bomber* di Jakarta

Abba Gabrillin<sup>1</sup>, Nurul Haniza<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta

<sup>1</sup>[abbagabrilin@yahoo.com](mailto:abbagabrilin@yahoo.com), <sup>2</sup>[hanizanurul6@gmail.com](mailto:hanizanurul6@gmail.com)

### ABSTRAK

Graffiti merupakan suatu budaya populer yang kini semakin berkembang dan menjadi suatu budaya yang digemari oleh kaum muda terutama di perkotaan. Graffiti saat ini memenuhi dan mengisi ruang-ruang perkotaan dengan berbagai bentuk seni rupa baik tulisan maupun gambar. Dalam sejarahnya graffiti digunakan sebagai bentuk protes, propaganda maupun sebagai media eksistensi. Di beberapa negara seperti Amerika, graffiti sering digunakan untuk menandakan daerah kekuasaan antar geng, juga sebagai bentuk protes dan anti kemapanan. Graffiti juga berkembang pada masyarakat modern sebagai budaya populer yang berkembang bersamaan dengan musik, gaya hidup dan seni rupa. Di Indonesia sendiri graffiti telah berkembang sejak masa kemerdekaan sebagai bentuk propaganda politik. Graffiti dibuat di sepanjang jalan, tembok, dan kereta sebagai pesan kepada publik. Namun graffiti tidaklah sepenuhnya dianggap sebagai perilaku yang merugikan, karena beberapa hasil positif turut berguna bagi seorang pembuat graffiti maupun khalayak yang melihat graffiti tersebut. Graffiti tidak lepas dari motif-motif yang timbul dari ideologi, budaya dan komunikasi yang menjadi dasar para pembuat graffiti. Pada akhirnya graffiti sendiri adalah media komunikasi yang ditulis dengan lambang dan simbol komunikasi tertentu yang memiliki pesan terhadap khalayak, dan kemudian menunjukkan eksistensi identitas sang pembuat graffiti tersebut. Penelitian ini menggunakan graffiti Koma dalam karakter Buto, yang melambangkan propaganda terhadap karakter asing dan menggambarkan kondisi sifat manusia yang cenderung memiliki perilaku jahat dan negatif. Pada akhirnya graffiti merupakan lambang komunikasi dan eksistensi sang pembuat graffiti.

**Kata kunci :** Graffiti, Lambang Komunikasi, Eksistensi Diri

### ABSTRACT

*Graffiti is a popular culture that is now growing and becoming a culture favored by young people, especially in urban areas. Nowadays, graffiti fills and fills urban spaces with various forms of fine art, both written and graphic. In its history, graffiti has been used as a form of protest, propaganda and as a medium for existence. In some countries such as America, graffiti is often used to denote territory between gangs, as well as a form of protest and anti-establishment. Graffiti also develops in modern society as a popular culture that develops along with music, lifestyle and fine arts. In Indonesia, graffiti has developed since the independence era as a form of political propaganda. Graffiti is made along the streets, walls and trains as a message to the public. However, graffiti is not completely considered a detrimental behavior, because several positive results are also useful for a graffiti maker as well as the audience who see the graffiti. Graffiti cannot be separated from the motives that arise from ideology, culture and communication which are the basis of graffiti makers. In the end, graffiti itself is a communication medium written with certain symbols and symbols that have a message to the public, and then shows the existence of the graffiti maker's identity. This study uses graffiti Koma in the character of Buto, which symbolizes propaganda against foreign characters and describes the condition of human nature that tends to have evil and negative behavior. In the end, graffiti is a symbol of communication and the existence of the graffiti maker.*

**Keywords:** *Graffiti, Symbol of Communication, Self-Existence*

---

## PENDAHULUAN

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin tahu apa yang terjadi di dalam dirinya. Rasa ingin tahu akan segala hal membuat manusia melakukan proses komunikasi. Secara harfiah, komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan, ide maupun lambang-lambang dari komunikator kepada komunikan, baik melalui lisan (verbal) ataupun melalui lambang-lambang (non verbal). Ketika seseorang sedang berbicara kepada orang lain sesungguhnya orang tersebut telah melafalkan beberapa lambang bunyi yang arti dan maknanya telah disepakati bersama. Dalam konteks ini, lambang dan bunyi divisualkan dalam bentuk simbol-simbol yang dibentuk sedemikian rupa sehingga dapat dibaca dan dimengerti maksudnya. Di satu sisi komunikasi verbal maupun non verbal memiliki nilai. Bila dilihat dalam perspektif komunikasi, merupakan

Pada pertengahan 1990an, ketika mobilitas global mulai terbuka dan persentuhan kaum muda dengan budaya alternatif dari seluruh dunia menjadi semakin kuat, bentuk-bentuk graffiti (bersamaan dengan masuknya genre budaya independen), apa yang disebut sebagai graffiti ini berkembang, dan menjadi tumpang tindih dengan apa yang didefinisikan sebagai “seni jalanan” (*street art*). Tidak hanya kata-kata atau kalimat yang merujuk pada protes sosial, budaya baru yang disebut *tagging*, semakin marak ditemukan ditembok-tembok kota dan bentuknya pun berkembang dengan stilisasi yang beragam, mulai dari

satu saluran yang memiliki nilai estetika, baik yang sifatnya tersurat maupun tersirat.

**Gambar 1.1**



eksperimentasi teknik penggunaan warna dan motif, maupun gagasan konseptualnya. Atas dasar latar belakang tersebut penelitian ini berupaya untuk mengetahui masalah sebenarnya berupa pesan komunikasi dalam bentuk lambang dan motif dari para seniman tersebut membuat tulisan dalam bentuk graffiti yang dituangkan ke dalam media fasilitas umum, meskipun tindakan mencoret-coret fasilitas umum merupakan tindakan pelanggaran hukum (kriminal) yang dianggap vandalism oleh pandangan umum yang kemudian digunakan sebagai media penunjukan identitas dan eksistensi diri mereka. Melalui latar belakang ini penelitian yang dilakukan

penulis juga bertujuan untuk mengubah pandangan dan pengetahuan masyarakat terhadap seni mural jalanan yang disebut graffiti. Peneliti ingin menunjukkan kepada pembaca melalui penelitian ini bahwa kegiatan menggambar dan menulis menggunakan cat kaleng / semprot pada dinding dan tembok jalanan bukanlah bertujuan untuk merusak atau mengotori area tersebut namun para seniman graffiti atau yang disebut *bomber* memiliki tujuan lain yang merupakan hal-hal positif dan pada akhirnya juga berdampak bagi sang seniman dan khalayak yang ikut melihat hasil karyanya baik berupa gambar mural ataupun tulisan yang dibuat.. Maka melalui pemahaman inilah peneliti ingin menunjukkan arti dan manfaat lain dalam kegiatan graffiti sehingga mampu mengubah pandangan umum yang negatif bagi seni jalanan / graffiti tersebut.

Katherine Miller (2005), kemudian juga mendefinisikan konsep-konsep dalam komunikasi menjadi 3 bagian. Pertama komunikasi sebagai proses. Komunikasi merupakan suatu proses yang sangat kompleks yang mempunyai unsur-unsur tertentu yang tidak dapat dipisahkan. Meskipun terlihat sederhana, ia sangat dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman masa lalu dan latarbelakang si pelaku, yang memberikan implikasi pada masa yang akan datang. Kedua, Miller menjelaskan komunikasi sebagai Transaksional. Komunikasi melibatkan interaksi-interaksi yang terjadi di antara para pelakunya. Ada pengiriman pesan, ada penerimaan pesan, input, output, feedback, dan unsure-unsur lain. Suatu interaksi komunikasi selalu terjadi dalam setting tertentu, sehingga

yang aktif memberi pengaruh bukan hanya pelaku komunikasinya, tapi juga konteks saat interaksi itu terjadi. Komunikasi sebagai sesuatu yang transaksional berarti bahwa komunikasi tidak hanya sekedar prosedural dan interaksional melainkan terjadinya intensifikasi hubungan timbal balik antara komunikator, komunikan, pesan, efek dan sebagainya. Ketiga Miller menjelaskan komunikasi sebagai simbolik. Konseptualisasi komunikasi juga termasuk dengan simbol. Lebih jauh untuk mempelajari konsep simbolik diperlukan bidang semiotika komunikasi. Simbolik menunjukkan hubungan konsepsi antara pemberi tanda dan penerima tanda atau simbol. Langer (1942:61), mengatakan “Simbol bukanlah proksi terhadap sebuah objek, tetapi suatu penunjuk konsepsi dari suatu objek. Terdapat perbedaan antara tanda dan simbol, hal ini berhubungan dengan kesewenangan antara penanda dan penerima tanda atau simbol. Langer mengkonseptualisasikan tanda sebagai sesuatu yang menandakan ada sesuatu. Misalnya adanya asap berarti ada sesuatu yang terbakar, tetapi menangis belum tentu menandakan seseorang sedang dalam kesedihan, tetapi bisa saja orang tersebut menangis karena terharu atau gembira. Dengan demikian simbol tidak memberi tahu apa yang sedang disimbolkan tetapi hubungan konsep terhadap objek tersebut, dan simbol tidak memiliki makna yang melekat. Namun dengan kebanyakan simbol, beberapa memiliki makna yang sama dengan apa yang disimbolkan..

Dalam kaitannya dengan penelitian ini peneliti menghubungkan kegiatan menulis atau menggambar graffiti merupakan salah satu

kegiatan komunikasi yang dijelaskan oleh Miller sebagai komunikasi transaksional dan simbolik.

Komunikasi transaksional tidak hanya menekankan pada proses komunikasi itu maupun interaksi saja tetapi terjadi intensifikasi pada suatu konteks komunikasi yang kemudian memberikan pemaknaan, terutama dalam penelitian ini adalah bagaimana suatu komunikasi melalui proses kegiatan seni rupa graffiti dapat menjadi simbol-simbol yang memberikan pemaknaan dan melalui itu juga menghasilkan interpretif terhadap komunikasi yang menerima pesan komunikasi tersebut. Kini graffiti dalam perkembangannya juga tidak hanya menggunakan tulisan-tulisan bernada kritik dan sosial tetapi juga menggunakan gambar-gambar yang dipadukan secara estetis dan kemudian ditampilkan melalui media-media yang tidak konvensional baik tembok-tembok kota maupun fasilitas umum yang terdapat di berbagai ruang publik. Kegiatan graffiti tersebut juga tidak hanya sekedar dipengaruhi oleh tindakan komunikasi sang seniman atau pembuat graffiti saja tetapi juga dipengaruhi oleh konteks dan setting tertentu. Meskipun demikian untuk menganalisis sebuah gambar graffiti tetap diperlukan suatu metode semiotika yang digunakan untuk menganalisis makna yang ditunjukkan oleh komunikator, dalam hal ini seniman graffiti tersebut. Serta kegiatan komunikasi interpretif dengan paradigma penelitian etnometodologi.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana graffiti menjadi

sebuah lambang komunikasi dan eksistensi diri *bomber* di Jakarta?”

Identifikasi Masalah : Satu, bagaimana menafsirkan lambang-lambang coretan graffiti dalam kegiatan seni jalanan (*street art*) ? Dua, Apa motif komunikasi dibalik kegiatan graffiti tersebut ? Tiga Bagaimana graffiti dapat digunakan sebagai media eksistensi diri bagi para *bomber* atau seniman graffiti ?

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode studi etnometodologi dengan pendekatan kualitatif, dikarenakan pada penelitian ini etnometodologi merupakan pekerjaan mendeskripsikan suatu kebudayaan. Broinslaw Malinowski (1922), menjelaskan tujuan etnometodologi adalah, memahami sudut pandang penduduk asli, hubungannya dengan kehidupan untuk mendapatkan pandangannya mengenai dunianya, dalam hal ini sudut pandang pembuat graffiti terhadap hubungan dengan kehidupan dan mendapatkan pandangan mengenai dunianya. (James P Spradley , 2006 : 4). Etnometodologi atau etnografi digunakan ketika kita tidak memerlukan hasil-hasil kuantitatif dalam penelitian yang sedang dilakukan, atau dapat dikatakan bahwa etnografi digunakan ketika kita ingin mengungkapkan gambaran tentang apa yang dilakukan orang dan dan mengapa mereka melakukan hal tersebut dari perspektif mereka sendiri.

Penelitian komunikasi kualitatif dimaksudkan untuk mengemukakan pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau suatu realitas komunikasi terjadi. Metode ini berusaha untuk masuk kedalam dunia seniman (*bomber*) graffiti, sehingga mampu

menjelaskan secara etnografi penggunaan graffiti sebagai lambang komunikasi dan penggunaan graffiti sebagai media eksistensi diri para *bomber* di Jakarta.

### **Subjek Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif subjek penelitian ditentukan secara *purposive* (sesuai kebutuhan / tujuan peneliti) dengan maksud tidak harus mewakili seluruh populasi. Dengan kata lain *purposive sample* dapat juga diartikan sebagai *sample* yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang diambil berdasarkan tujuan penelitian. Penentuan sampel dilakukan untuk memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk mencari sumber data yang mantap dan lengkap tentang obyek penelitian.

Dalam pemilihan informan kunci, peneliti memilih informan dari sejumlah individu yang menyatakan diri mereka dan juga dikenal sebagai seniman graffiti atau *bombergraffiti* yang berada di Jakarta. Yang akan menjadi informan kunci dalam penelitian ini adalah seorang seniman bernama Kenly yang lebih dikenal dengan nama KOMA (Kontaminasi Maneqin Analog), ia juga tergabung dalam suatu komunitas seniman graffiti Artcoholic yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat yang senang dengan kegiatan graffiti. Informan kunci dan informan yang dipilih tersebut memiliki latar belakang sosial yang berbeda sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang bervariasi tentang pendapat mereka, dan dapat mengeluarkan gagasan mengenai seni graffiti sebagai lambang komunikasi dan eksistensi diri mereka.

## **Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Wawancara**

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan terhadap informan kunci (*key informant*). Selain itu, peneliti juga mewawancarai sejumlah informan lain diluar informan kunci guna mendapatkan gambaran yang lebih luas dan mendalam mengenai graffiti. Wawancara langsung kepada narasumber yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

### **2. Observasi Pengamatan**

Macam-macam observasi banyak diaplikasikan dalam suatu penelitian, khususnya dalam penelitian ini penulis melakukan observasi non partisipan atau penulis bertindak sebagai pengamat pasif, yaitu mengamati secara langsung terhadap penelitian yang diteliti tanpa mengambil peran atau berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan membuat graffiti.

### **3. Catatan Lapangan**

Merupakan alat yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, berupa catatan mengenai pengamatan, wawancara dan segala hal yang terjadi di lapangan selama penelitian berlangsung.

### **4. Analisis Teks**

Memfokuskan perhatian penelitian pada “membaca” isi media atau “teks” dan memahami makna yang muncul dari teks tersebut. Penelitian terhadap teks graffiti kemudian menjelaskan interpretasi dan makna yang terkandung.

## **Data Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan dan dokumentasi yang relevan terhadap pokok permasalahan yang akan diteliti. Adapun yang dimaksud studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subyek penelitian, namun melalui dokumentasi. Hal ini bertujuan untuk memberikan dasar teoritis bagi penelitian ini yaitu dengan mencari bahan-bahan pustaka dan mengungkapkan teori atau penelitian terdahulu yang berhubungan dengan judul penelitian ini.

## **Analisa Data**

Analisa data yang digunakan untuk penelitian ini adalah analisis data secara induktif agar dapat menemukan kenyataan-kenyataan ganda yang terdapat dalam data dimana data dapat didapat melalui teknik pengumpulan data dan juga studi kepustakaan yang kemudian didapat sebuah hasil analisis, tanpa melupakan pemeriksaan keabsahan data. Data-data tersebut kemudian disimpulkan berdasarkan realitas yang ada dan selanjutnya pengadaaan reduksi data, yaitu hasil data tersebut disajikan dalam bentuk abstraksi dengan hasil penelitian yang dijelaskan dan diinterpretasikan dalam bentuk uraian naratif, sehingga akan didapat sebuah kesimpulan yang dapat mendeskripsikan graffiti sebagai lambang komunikasi dan eksistensi diri bagi para *bomber* di Jakarta.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Gambaran Umum Graffiti di**

#### **Jakarta**

Graffiti merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang menggunakan media non konvensional. Dalam penelitian ini graffiti

sebagai media komunikasi, memungkinkan penyampaian pesan melalui graffiti yang memberikan dampak bagi komunikasi maupun secara tidak langsung diterima oleh komunikator. Graffiti sampai saat ini telah menjadi budaya populer, bentuk budaya yang terbentuk melalui kaum urban bersamaan dengan kemajuan teknologi dan budaya independen oleh kaum muda perkotaan. Di Indonesia sendiri sebenarnya graffiti merupakan budaya populer yang belum lama menjadi tren dunia seni rupa khususnya seni jalanan (*street art*). Berbagai kalangan mulai dari remaja yang masih duduk dibangku sekolah, mahasiswa hingga berbagai pelaku seni kini menggunakan graffiti dan lingkungan sosial terbuka sebagai media apresiasi seni. Meskipun Indonesia tidak memiliki undang-undang mengenai graffiti, pemerintah kota memiliki anggapan sendiri mengenai pro dan kontra graffiti di ruang terbuka kota. Di berbagai negara maju graffiti masih dianggap sebagai ancaman perkotaan, sebagai bentuk perlawanan dan pengrusakan fasilitas umum, sehingga graffiti dianggap ilegal dan pemerintah setempat membuat undang-undang terhadap pelaku graffiti.

*Street art* graffiti adalah salah satu contoh gerakan sosial yang meletakkan seni sebagai poros pergeseran makna terhadap realitas sosial, yaitu sebagai seni yang mencirikan perkembangan kota, dimana perkembangan itu kemudian melahirkan sistem masyarakat yang secara struktur dan kultur berbeda dengan masyarakat pedesaan. Saat ini seni bukan lagi sekedar latar belakang tradisi tetapi justru lebih merespon tradisi-tradisi baru, terutama di daerah perkotaan yang secara demografis dihuni oleh

anggota masyarakat yang sangat heterogen. Sebuah kehidupan seni selalu didukung dengan berbagai macam kontroversi yang terlahir dalam kesimpangsiuran isu terhadap suatu realitas. Sedangkan suatu citra / image yang tertuang melalui simbol-simbol memperkuat sisi publisitas seni yang tercapai melalui simbol yang digambarkan dalam graffiti.

Proses komunikasi yang terjadi dalam dunia graffiti juga memungkinkan sang seniman mendapat apresiasi. Pada umumnya setiap *bomber* atau seniman graffiti memiliki ciri khas, atau karakter yang biasa disebut *style* untuk membedakan gambarnya dengan graffiti yang dibuat orang lain, hal ini memungkinkan setiap orang atau komunikan dapat mengenali gambar tersebut bahkan mengenali sang pembuat graffiti tersebut melalui tulisannya. Meskipun tulisan yang terkandung dalam sebuah coretan graffiti terkadang sulit dipahami dan diinterpretasikan oleh orang lain, setiap bentuk graffiti yang memiliki *style* atau gaya khusus akan menandakan identitas sang pembuat. Hal ini merujuk pada proses komunikasi yang menghasilkan kebutuhan akan eksistensialisme. Hal ini menunjukkan bahwa graffiti merupakan salah satu wujud kebudayaan yang termasuk dalam kegiatan seni rupa. Masyarakat muda perkotaan semakin mendominasi budaya seni rupa jalanan yang digunakan sebagai media ekspresif. Namun tidak sekedar eksistensi yang menjadi alasan, tetapi terdapat hal-hal lain yang menjadi tujuan para seniman. Bahkan eksistensi merupakan hal yang paling mendasar dalam tujuan membuat graffiti itu sendiri. Nilai-nilai dan makna yang terkandung dalam graffiti juga digunakan sebagai alasan mengapa mereka

membuat graffiti dan apa dampak graffiti bagi para seniman graffiti dan khalayak umum.

### **Graffiti “KOMA” dalam karakter BUTO sebagai lambang komunikasi.**

Dalam penelitian ini yang menjadi contoh kasus dalam pembahasan graffiti sebagai lambang komunikasi dan eksistensi diri adalah “KOMA”. KOMA merupakan nama *street art* dari seorang Kenly, salah satu pelaku graffiti di Jakarta yang cukup dikenal oleh banyak seniman dalam komunitas *scene* graffiti di Jakarta. Graffiti sebagai proses komunikasi tidak hanya ditentukan dalam perilaku pembuat graffiti tetapi konteks yang terjadi dalam suatu setting kejadian dan tempat. Graffiti juga merupakan suatu komunikasi simbolik, sehingga pemaknaan pesan atau informasi terkandung dalam simbol-simbol komunikasi yang telah dipahami bersama. Beberapa simbol memiliki makna yang sama dengan apa yang dilambangkan, seperti pemaknaan dengan simbol-simbol yang terdapat dalam BUTO, meskipun dipadukan dengan berbagai karakter lain tetap terdapat ciri-ciri khas atau referensi yang menyiratkan makna terhadap karakter BUTO tersebut. Akan lebih mudah jika khalayak memiliki latar belakang dan pengalaman sosial yang sama sehingga simbol akan banyak dipahami oleh penanda dan penerima.

Graffiti dalam fungsi komunikasi juga memiliki peran sebagai alat propaganda. Pratkanis dan Turner (1996), mendefinisikan propaganda sebagai usaha untuk memindahkan sudut pandang penerima tentang isu melalui gambar-gambar yang sederhana atau slogan-slogan yang dapat mengganggu pikiran audiens

dengan emosi dan prasangka. Graffiti pada masa lalu sering digunakan baik oleh suatu individu maupun kelompok yang berusaha menyampaikan pesan dan menyebarkan ide atau gagasan berupa pemahaman yang bertujuan untuk memberikan pemaknaan dan mengubah pola pikir masyarakat terhadap suatu peristiwa.

Graffiti Koma dalam karakter Buto ini kemudian dibuat dalam bentuk gambar-gambar dan simbol komunikasi yang dapat menggugah emosi khalayak dan menimbulkan prasangka mengenai karakter mitologi berupa figur Buto. Meskipun demikian graffiti tersebut tidak secara langsung dapat memberikan pengertian bagi khalayak yang melihat gambar tersebut namun gambar dan simbol Buto tersebut dibuat dengan teknik grafis yang memadukan warna dan simbol khusus sehingga menarik dan diharapkan menggugah perasaan khalayak. Koma dalam melakukan propaganda juga mengemas pesan yang bermakna simbol verbal (kata dan makna dalam konotasi) non verbal (gesture, logo dan simbol) ke dalam makna simbolis berupa figur Buto, sehingga mereka dapat memahami pesan tersebut dari persepsi kultur khalayak seperti yang dijelaskan oleh Conover dan Fieldman (2004).

#### **Analisis Penafsiran Lambang-lambang Coretan Graffiti Dalam Kegiatan Seni Jalanan.**

Tanda visual berupa wajah dan bagian kepala raksasa khas pewayangan budaya Jawa dengan memakai blangkon, mata yang melotot, kulit yang berwarna hijau, bibir berwarna merah dan gigi taring yang mencuat keluar bibir, lidah yang menjulur berwarna merah, kalung berwarna kuning yang melingkar pada leher, serta tangan

Semiotika digunakan untuk mengkaji tanda verbal dan tanda visual (ilustrasi, logo, tipografi, dan tata visual) desain komunikasi visual dengan pendekatan teori semiotika. Dengan salah satu teori semiotika akan menjadi suatu pendekatan untuk memperoleh makna yang terkandung di balik tanda visual karya desain komunikasi visual. Dalam hal ini yang akan dikaji adalah graffiti karya KOMA dengan karakter BUTO.

Penelitian ini akan menggunakan analisis dengan teori C.S Peirce (1839-1914), sebagai Kategori Tipe Tanda, juga teori Barthes untuk menganalisis kode-kode semiotika.

**Gambar 1**



**Lokasi : Jl. TB Simatupang, (depan  
gd.Antam) Jakarta Selatan.**

yang melebar ke kiri dan kanan. Sedangkan tanda verbal terlihat pada bagian kiri bawah gambar dengan teks *Local Giant*.

Ikon dalam gambar ini memiliki ciri-ciri yang menandakan Buto, objek yang diwakilinya. Buto Ijo merupakan salah satu cerita pewayangan dalam tokoh yang berasal dari daerah Jawa

Tengah. Konteks dalam gambar ini menunjukkan gambar Buto yang mendukung propaganda terhadap karakter asing yang lebih diminati oleh masyarakat.

Indeks dalam gambar ini terlihat dalam kedua tangan yang melebar ke arah kiri bawah dan kanan bawah tepat pada bagian bawah tembok dan sejajar dengan trotoar, menandakan bahwa seolah karakter Buto tersebut berusaha keluar dari dalam tanah atau dalam bumi. Gambar asap yang menggelembung juga menandakan hembusan tanah yang terbawa angin karena hentakan yang kuat dari dalam tanah sewaktu sang Buto berusaha keluar dari dalam bumi.

Simbol Buto tersebut menggambarkan salah satu figur dalam mitologi budaya Jawa yang memiliki rupa yang seram, perawakan yang besar dan karakter sifat yang jahat. Kode kebudayaan terlihat pada aspek mitos, pengetahuan, seni dan legenda. Graffiti dalam gambar ini berusaha menyampaikan pesan bahwa tokoh yang terkandung adalah tokoh yang dimiliki oleh bangsa ini, bukan yang berasal dari luar atau yang bersumber dari budaya asing. Makna yang lebih dalam mengenai gambar ini adalah keberadaan figur lokal yang kini semakin jarang ditemukan terutama dalam era globalisasi. Berdasarkan analisis ini kesimpulan yang dapat diambil dari gambar ini adalah perlunya sosialisasi dan pengenalan kembali cerita rakyat tradisional yang berasal dari kedaerahan sehingga generasi sekarang mengenali dan memiliki pemahaman mengenai budaya Indonesia, dan tidak terlalu terpengaruh dengan budaya asing yang dapat dengan mudah dijumpai di berbagai media. Kita semua diharapkan agar lebih proaktif dalam menularkan apresiasi kesenian tradisional kepada

generasi penerus, dan salah satu yang telah dilakukan adalah dengan graffiti.

**Gambar .2**



**Lokasi : Jalan Blora , Sudirman Jakarta Pusat.**

Graffiti ini dibuat dalam kegiatan Berlin X Jakarta Urban Art Jam Project, sebuah acara kerjasama antara pusat kebudayaan Jerman dengan pemerintah DKI dalam bidang seni rupa, khususnya graffiti. Dalam acara ini seniman graffiti dari Indonesia akan berkolaborasi dengan seniman graffiti dari Jerman. Lokasi pembuatan graffiti dilakukan dibawah jalan layang Sudirman, tepatnya di Jl.Blora.

Tanda visual dalam gambar ini adalah karakter Buto dengan topi khusus prajurit keraton dihiasi dengan mahkota, berkumis hitam dan bulu halus berwarna putih, mata yang melotot, bibir merah tebal dengan gigi yang menjulur keluar, kulit berwarna biru, serta kedua sarung tangan putih dengan bendera Jerman dan Indonesia. Pada bagian bawah dan belakang digambar menyerupai api dan asap.

Dua buah bendera dengan warna merah putih dan hitam merah kuning melambangkan

negara kedua belah pihak yang sedang terlibat kerja sama, antara Indonesia dan Jerman.

Kode simbolik terlihat pada aspek kemenduaan antara dua unsur bendera yang menandakan dua negara yang berbeda. Kedua negara memiliki ras, dan kultur yang berbeda namun dipersatukan oleh figur Buto yang memegang bendera tersebut. Sedangkan Buto sendiri menafsirkan figur yang berasal dari mitologi kebudayaan dan bersifat tradisional. Maka meskipun Buto merupakan karakter asli Indonesia ia dapat membaaur dengan budaya lain

**Gambar 3**



**Lokasi : Menteng. Jakarta Pusat.**

Gambar graffiti tersebut dibuat disalah satu ruang kota dengan tembok yang menjadi pagar pembatas suatu gedung perkantoran di wilayah Jakarta. Gambar ini dibuat tidak terlalu besar dan dibuat dengan desain yang lebih modern berukuran sekitar 2 meter.

Ikon tersebut melambangkan Buto yang memiliki bentuk sepatu atau *sneakers* yang

dengan kata lain kegiatan antara kedua negara dipersatukan dalam konteks budaya.

Konteks dalam gambar ini merupakan suatu kerja sama dalam bidang seni rupa graffiti oleh dua negara, Jerman dan Indonesia. Pesan yang timbul melalui gambar tersebut adalah bagaimana dua negara dengan suku bangsa yang berbeda, latar belakang yang berbeda dapat bersatu dan saling menghargai budaya masing-masing, dan menjadikannya suatu bentuk kerja sama. Bahkan graffiti dapat menjadi media yang baik untuk mengapresiasi bentuk-bentuk budaya yang saling berbeda.

menjadi tren generasi muda perkotaan. Ikon Buto ditampilkan dengan bibir merah tebal dan gigi taring yang menurun keluar, mata melotot yang menjulur keluar dan topi khas prajurit keraton (abdi dalem), serta sayap punakawan di sisi belakang. Sedangkan ikon sepatu atau *sneakers* ditandai dengan tali sepatu berwarna hitam, sol sepatu yang tebal dan motif sepatu dengan benang jahitan. Kode verbal dalam gambar tersebut terdapat teks yang tertulis KOMA, yang mengidentifikasi identitas bahwa pembuatnya adalah Koma. Huruf ditulis tebal dengan warna hitam di dalam lingkaran berwarna oranye. Selain identitas yang ditunjukkan, tulisan KOMA memiliki kepanjangan dari Kontaminasi Maneqin Analog, yang merupakan suatu propaganda terhadap budaya asing yang semakin menguasai terutama gaya hidup dan dunia hiburan. Propaganda tersebut dilengkapi dengan gambar sepatu sneakers yang digabungkan dengan figur Buto sebagai karakter mitologi lokal.

#### **Motif Komunikasi Dalam Graffiti.**

Melalui analisis dan wawancara penulis menyimpulkan bahwa motif seseorang untuk

membuat graffiti adalah sebagai media pengungkapan ideologi, pola pikir dan selera yang berbeda terhadap pandangan mengenai lingkungan yang mereka rasakan, latar belakang pendidikan dan lingkungan sosial ia berada membuat ideologi yang berbeda dengan orang lain. Kemudian motif selanjutnya adalah budaya. Budaya populer merupakan budaya yang digemari oleh kaum muda di perkotaan. Budaya tersebut masuk dan menjadi suatu sub budaya yang berusaha untuk diterima oleh lingkungan dan juga khalayak. Graffiti bukanlah suatu budaya yang mudah untuk diterima, karena banyak yang merasa bahwa graffiti merupakan suatu ancaman dalam perkotaan. Budaya graffiti tersebut merupakan budaya yang telah berkembang terlebih dahulu di Amerika, seiring dengan perkembangan subkultur hip-hop, b-boy, dan termasuk graffiti. Dan motif selanjutnya adalah komunikasi. Graffiti memungkinkan suatu proses komunikasi antara pembuat graffiti sebagai komunikator dan khalayak sebagai komunikan. Graffiti dibuat dengan mengandung pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh seorang *bomber* atau seniman graffiti. Komunikasi tersebut juga memungkinkan graffiti digunakan sebagai media eksistensi. Seniman graffiti menggunakan graffiti untuk menunjukkan identitas mereka. Graffiti yang dibuat memiliki karakter dan kebiasaan yang berbeda pada setiap pembuat graffiti. Ini memungkinkan khalayak dapat mengenali sang pembuat graffiti melalui graffiti yang dibuat dengan karakter tersendiri, sehingga seorang seniman dapat mendapatkan eksistensinya meskipun tidak menuliskan namanya sekalipun. Andi Rha Rha Rha dalam wawancara menjelaskan bahwa motif untuk sikap vandalisme

melalui graffiti berbeda di setiap wilayah. Ia menceritakan bahwa ia pun bisa dianggap sebagai vandal, karena bagaimanapun graffiti tetaplah perilaku ilegal. Hanya cara pandang para seniman berbeda dengan masyarakat secara umum. Sikap vandal hanya tercermin dari ketidaksukaannya terhadap iklan-iklan komersil yang mengotori tembok kota, meskipun memiliki ijin khusus dari pemerintah.

### **Graffiti Sebagai Media Eksistensi Diri *Bomber* di Jakarta.**

Pada saat ini istilah ‘eksis’ semakin sering digunakan dan dipahami oleh orang banyak. Dalam era globalisasi kecenderungan untuk menampilkan dan menonjolkan diri sendiri lebih meningkat. Seiring perkembangan dan kebutuhan akan dunia internet terutama jejaring sosial membuat setiap orang dapat dengan mudah untuk membuat suatu hubungan pertemanan dan mengenalkan dirinya dalam suatu lingkungan ditempat dimana ia berada. Sadar atau tidak semangat untuk menjadi berbeda sering diterapkan dalam segala aspek kehidupan. Gaya hidup, pola pikir, cara berpakaian, olah raga, seni bahkan dalam memandang keyakinan masing-masing, para kaum muda mencoba melihatnya dari sudut pandang berbeda, yang lebih segar serta terasa lebih cocok dengan keadaan saat ini. Dari semangat inilah sebuah kebudayaan baru, kebudayaan yang mewakili sebuah era masyarakat urban modern. Kebudayaan populer yang didominasi para generasi muda, kebudayaan yang berevolusi mengikuti perkembangan zaman tanpa lupa diselipkan juga filosofi yang melatar belakangi untuk menjadikan budaya baru ini menjadi kebudayaan yang utuh serta memiliki

daya tarik tersendiri. Berdasarkan kebudayaan tersebut setiap orang merasa bahwa dirinya perlu mendapatkan pengukuhan bahkan apresiasi terhadap apa yang ia lakukan sehingga membuat dirinya menjadi eksis. Eksistensi memberikan gambaran berbagai pembentukan diri individu dalam mempelajari lingkungan sekitarnya dan berusaha untuk memberikan sumbangsih bagi sosial sebagai bentuk pengharapan pengakuan dari masyarakat. Graffiti merupakan kegiatan yang dilakukan dalam ruang publik yang dapat diterima oleh banyak orang, graffiti pun memiliki eksistensinya sendiri dalam masyarakat.

Dari beberapa literatur dan data yang didapat, Graffiti di dunia punya sejarah panjang. Tak sekedar urusan corat-coret. Bagi para artis graffiti, sejarah yang mereka punya, dirasakan cukup membanggakan. *Subculture* yang ada di sekitar graffiti, bisa bertahan dan eksis sampai beberapa dekade dan masih terus bertahan dengan kuat. Para pelaku graffiti atau mereka lebih suka disebut sebagai “*bomber*” adalah orang-orang yang bergairah untuk berkarya, memiliki skill, berorientasi pada komunitas dan sadar akan apa yang mereka lakukan. Mereka tahu bahwa apa yang mereka lakukan akan menimbulkan kontradiksi atau pertentangan. Maklum saja, tidak sedikit yang menyebut mereka sebagai kriminal atau vandalis. Di negara seperti Amerika graffiti menjadi budaya populer yang juga menjadi gaya hidup dan hobi bagi kalangan muda. Hip-hop, *Breakdance*, dan graffiti telah menjadi kesatuan budaya urban. Graffiti di Amerika juga digunakan bagi kelompok-kelompok geng untuk mengungkapkan eksistensinya, menandakan daerah teritorial yang mereka kuasai, bahkan untuk mendapatkan popularitas atas karya-karya

mereka yang terpampang di tembok sepanjang jalanan perkotaan.

Di Indonesia sendiri graffiti sering kali dipandang sebagai bentuk pencarian identitas anak muda atau untuk sekedar menunjukkan eksistensi mereka. Aksi mereka pun seringkali harus berhadapan dengan aparat kota Pamong Praja, bahkan tidak jarang juga mereka harus berhadapan dengan petugas Kepolisian karena aksi mereka yang dianggap merusak dan mengotori fasilitas umum. Keberadaan bomber yang telah menjadi subkultur anak muda dipandang sebagai pemberontakan atas struktur urban makin diterima. Meskipun disisi lain pandangan yang pro dan berterima terhadap graffiti tetap ada saja. Di era 1980an, graffiti yang bertebaran di tembok kota seringkali menuliskan identitas kelompok geng atau nama almamater sekolah. Hal tersebut juga berkaitan dengan kebutuhan untuk bereksistensi namun sering kali hal tersebut juga malah menjadi pemicu kekerasan antar kelompok. Namun seiring perkembangan zaman, graffiti kini tidak lagi sekedar menuliskan nama kelompok tetapi graffiti telah menjadi seni budaya karena graffiti dibuat dengan sentuhan artistik yang memiliki nilai estetis atas perpaduan grafis dan komposisi warna. Hingga kemudian seiring perkembangan gaya hidup yang ditopang oleh media masa dan pertumbuhan pengguna internet, graffiti kini tidak lagi dipandang sebagai politik keberbedaan namun lebih kepada tren budaya urban. Graffiti hadir sebagai eksistensi mereka terhadap tanda zaman yang diwakili oleh tren gaya hidup dan hal ini lebih kuat tercermin.

Desain dan pemilihan karakter pada pembuatan graffiti juga yang menjadi pembahasan dalam graffiti sebagai media

eksistensi diri. Koma (seorang seniman graffiti) dalam wawancara menjelaskan bahwa graffiti telah menjadi media representasi dirinya atas keadaan sosial yang merefrensikan dan mempengaruhinya dalam membuat graffiti. Graffiti tidak hanya sekedar pesan yang tergambar dalam sebuah graffiti melainkan representasi dari komunitas yang dimiliki, selera musik, gaya hidup dan segala yang ia rasakan dalam kehidupannya. Lebih dalam ia menjelaskan bahwa graffiti telah menjadi hiburan yang menyenangkan. Graffiti memungkinkan seseorang untuk membuat identitas murni yang didasarkan atas usahanya sendiri dan membebaskannya dari marginalisasi identitas fisik. Graffiti bukanlah menjadi soal kriminalitas atau vandalisme tetapi graffiti sudah merupakan sebuah praktek sosial dengan aturan tersendiri dan kode aksara berupa simbol dan lambang yang dijiwai dengan maksud dan makna tertentu.

Setelah beberapa saat ada begitu banyak orang menulis graffiti, ini membuat penulis membutuhkan cara baru untuk mendapatkan ketenaran. Cara pertama adalah untuk membuat tag biasanya nama atau identitas yang unik. Banyak naskah dan gaya kaligrafi yang dikembangkan. Pembuat graffiti membuat tag mereka dengan lebih baik lagi, dengan efek-efek 3 dimensi dan desain lainnya. Perkembangan berikutnya adalah skala. Penulis mulai tag yang lebih besar sambil menarik perhatian khalayak lebih dari tag standar, memiliki berat visual yang lebih besar. Konteks dalam penelitian ini mencakup identitas diri sekaligus sosial budaya yang berkaitan dengan simbol-simbol komunikasi dalam graffiti. Komunitas maupun individu, seniman graffiti memiliki ideologi serta minat

yang sama dalam proses membangun identitas diri dan mencari eksistensi. Pelaku seni dapat bertindak secara kreatif, manipulatif dan inovatif berdasarkan pada konsep orisinalitas demi tujuan tertentu untuk merespon kejadian yang terjadi dalam lingkungannya. Kesenian graffiti dalam hal ini sebagai sesuatu yang dinamis mengandung pengetahuan dan pikiran, kepercayaan dan nilai. Graffiti memberikan simbol-simbol komunikasi yang memberikan pengertian dan pengenalan terhadap sang pembuat graffiti, sehingga eksistensinya diakui. Semakin kuat identitas seseorang maka akan semakin nyata eksistensi orang tersebut. Dan pada akhirnya ia akan mendapat pengakuan dari khalayak. Otoritas yang didapat tidak hanya dalam bidang seni saja tetapi juga dalam bidang lainnya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan analisis pada Bab IV, penulis menyimpulkan beberapa hal yang menjadi hasil dari penelitian tersebut. Graffiti kini telah menjadi suatu budaya populer yang diikuti oleh kaum muda terutama daerah perkotaan seperti Jakarta. Graffiti mampu menjadi suatu budaya atau kultur yang memiliki suatu cara pandang tersendiri dan berbeda dengan kebudayaan lain termasuk dengan kultur seni rupa. Graffiti memiliki simbol-simbol yang melambangkan ideologi serta makna yang terkandung baik berupa kode verbal dan kode visual.

Graffiti bukanlah menjadi soal sekedar menulis atau mencoret-coret fasilitas umum. Graffiti telah menjadi suatu lambang komunikasi dalam konteks budaya yang menjadi tren dalam budaya urban. Pesan-pesan komunikasi dibuat sedemikian rupa melalui gambar dan tulisan yang

memiliki motif dan tujuan yang berbeda terhadap khalayak. Tidak hanya berisi pesan moral dan kritik terhadap situasi kota dan politik yang terjadi, tetapi graffiti juga mampu menjadi media propaganda atas hal-hal yang tanpa disadari telah dilupakan oleh banyak orang. Misalnya graffiti dengan karakter mitologi lokal yang khas Indonesia, yang dilambangkan dengan BUTO berupaya untuk mengembalikan eksistensi figur-figur lokal dalam media hiburan yang kini dipenuhi oleh budaya asing. Propaganda tersebut bertujuan untuk mengingatkan kembali generasi sekarang terhadap hal-hal yang merupakan warisan kebudayaan asli Indonesia, agar tidak terkontaminasi dengan budaya asing yang semakin menguasai.

Graffiti secara umum memang masih dipandang sebagai suatu sikap atau gerakan vandalisme. Di Amerika sendiri para bomber mengakui bahwa graffiti sebagai gejala ideologi bahwa membuat graffiti haruslah bersifat vandalis. Graffiti dianggap sebagai media provokasi, semangat pemberontakan dan anti kemapanan. Namun hal tersebut tidak lepas dari kebuntuan mereka terhadap situasi politik yang tidak kondusif, semangat untuk berekspresi yang tertekan oleh pemerintah. Tetapi budaya graffiti di Indonesia tidak sepenuhnya sama dengan budaya graffiti di Amerika. Di Indonesia, seperti yang dijelaskan oleh informan bahwa graffiti lebih kepada ketidaksukaan mereka terhadap bidang tembok yang dibiarkan tidak terawat, serta begitu banyak poster serta iklan komersil yang ditempelkan di dinding-dinding kota, sehingga ada ketidakadilan dalam menilai graffiti sebagai perilaku kriminal. Dari konteks tersebut dapat dipahami bahwa graffiti di Indonesia, khususnya

di Jakarta tidak semata-mata sebagai tindakan vandalis, melainkan melihat graffiti dari sudut pandang artistik.

Melalui kesimpulan tersebut penulis berusaha menjelaskan bahwa graffiti memiliki penafsiran tersendiri dari seorang pembuat graffiti, makna dan pesan komunikasi disampaikan melalui graffiti. Motif seorang *bomber* tidaklah mutlak sebagai pengungkapan sikap vandalisme seperti pemahaman banyak orang, tetapi merupakan hasil pemikiran yang didasari motif ideologi, budaya dan komunikasi. Sebagai salah satu lambang komunikasi non verbal, seorang seniman berusaha untuk mempertahankan eksistensinya meskipun graffiti masih merupakan budaya populer yang baru berkembang sebagai budaya modern, yang kadang dianggap sebagai ancaman perkotaan.

Melalui penelitian ini penulis memberikan saran terutama perspektif baru dalam menanggapi graffiti yang telah menjadi suatu budaya. Sebaiknya graffiti tidak dipandang sebagai suatu sikap yang hanya berkaitan dengan vandalisme, kriminalitas ataupun sekedar kenakalan kaum muda saja, tetapi ternyata graffiti memiliki dampak dan pengaruh yang baik juga. Graffiti turut memperindah kota yang sekarang hanya dipenuhi dengan billboard, pamflet dan iklan-iklan komersil yang kadang hanya mengotori tembok-tembok kota. Graffiti memberikan suatu budaya dalam arti seni yang mampu menambah *image* suatu kota.

Graffiti memberikan pesan-pesan moral yang diharapkan mampu mengubah pandangan khalayak yang keliru. Sebaiknya pemerintah memberikan apresiasi dan dukungan misalnya dengan memberikan media-media khusus seperti

wadah seni dan menganggap graffiti sebagai kegiatan positif yang menghindarkan kaum muda

#### Daftar Pustaka

Barker, Chris.2005. *Cultural Studies Teori dan Praktik*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.  
Crane, Diana.2002. *Global Culture, Media, Arts. Policy and Globalization*.Routledge,NY.  
Dodd,H, Carley. 1998. *Dynamics Of Intercultural Communication*. Boston: McGraww Hill.  
Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies Sebuah Pengantar Paling Komperhensif*. Yogyakarta: Jalasutera.  
Iskandar Muda, Deddy.2003. *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya.  
Kattsoff, Louis O.1992. *Pengantar Filsafat*. Yogyakarta: Tiara Wacana.  
Kuswarno, Engkus Prof.Dr. 2008. *Etnografi Komunikasi*. Bandung: Widya Pajajaran.  
Liliweri Ms, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.  
Manco, Tristan.2004. *Street Logos (Street Graphic Series)*. UK: Thame and Hudson.  
Moleong. MA ,Lexy J Prof.DR. 2008.*Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

dari budaya kekerasan dan bahaya narkoba.

Miller, Katherine.2005. *Communication Theories (Perspectives, Processes and Context)*.Boston: McGraww Hill.  
Mulyana, Deddy.2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda.  
Samovar, A Larry.Porter, E Richard. Edwin R, Daniel Mc.2007.*Communication Between Cultures*.Boston,US: Wadsworth Cengage Learning.  
Sassower, Raphael. 1995. *Cultural Collisions Postmodern Technoscience*. Routledge,NY.  
Spradley P, James.2006. *Metode Etnografi*.Yogyakarta: Tiara Wacana.  
Suryabrata, Sumadi.2006. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Rajawali.  
Tinarbuko, Sumbo.2009. *Semiotika Komunikasi Visual*.Yogyakarta: Jalasutera.  
Thompson, Laura.1969. *The Secret Of Culture Nine Community Studies*. Random House.NY.  
Tim Mercu Buana.2012. *Reposisi Komunikasi Dalam Dinamika Konvergensi*.Jakarta: Kencana Prenada Media Group.