

**Menguak Estetika Potensi Grafiti Sebagai Ekonomi Kreatif Hati, Mata,
Telinga di Tembok-Tembok Kota Malang**
*(Reinforcing The Estetics Of Grafiti Potential As A Creative Economy
Heart, Eye, Ears In The Walls Of The City Of Malang)*

Yunasman Salam

Keguruan Seni Rupa, Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5 Malang, 65145, Indonesia

E-mail : yunasmans@gmail.com

Abstrak

Street art merupakan kegiatan yang sering dipandang sebagai tindakan yang kurang menyenangkan bagi masyarakat. Mural dan grafiti adalah salah satu bentuk dari seni jalanan yang sudah sangat sering kita jumpai. Tidak sedikit tembok-tembok yang ada di jalan, dinding rumah, bahkan fasilitas umum yang menjadi media mural dan gratity. Tindakan yang terkesan mengotori dan terkadang merusak fasilitas inilah yang membuat masyarakat menjadi risih hingga memandang sebelah mata karya mural dan grafiti. Pada masa perang kemerdekaan Indonesia grafiti digunakan sebagai alat propaganda yang efektif dalam menggelorakan semangat perjuangan melawan penjajah Belanda. Keberanian dalam usaha membuat grafiti merupakan perjuangan mempertaruhkan nyawa si pelakunya. Penelitian ini menggunakan metode etnografi, dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh dengan menggunakan dokumentasi, observasi lapangan dan wawancara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pada masa kini dimana media informasi dan komunikasi berkembang pesat membuat kegiatan menggambar pada tembok-tembok kota tidak lagi tindakan mengotori, namun menjadi sumber pendapatan. Grafiti yang dipengaruhi ekonomi kreatif menjadi penghias tembok café, restoran, perusahaan dan banyak lainnya. Gambar yang marak ditemui pada tempat berkumpul ini perlahan turut mempengaruhi pendapat masyarakat, tentu saja kearah yang lebih positif.

Kata kunci : *Street Art*, grafiti, Ekonomi kreatif

Abstract

Street art is an activity that is often seen as an act that is not pleasant for the community. Mural and grafiti is one form of street art that we have encountered very often. Not a few walls on the street, the walls of the house, even public facilities that become media murals and gratity. It is this action that seems to pollute and sometimes damage the facility that makes the community uncomfortable to look at the eyes of murals and grafiti. In the mass war of Indonesian independence grafiti was used as an effective propaganda tool in the spirit of the struggle against the Dutch invaders. Courage in the effort to make grafiti is a struggle to risk the life of the culprit. This research uses ethnographic methods, with a qualitative descriptive approach. Data obtained using documentation, field observations and interviews. This research uses descriptive qualitative research methods. Nowadays, where the information and communication media are developing rapidly, making drawing on the city walls is no longer polluting, but rather a source of income. Grafiti that is influenced by the creative economy decorates the walls of cafes, restaurants, companies and many others. The lively picture found at this gathering place should also influence people's opinions, of course towards a more positive direction.

Keywords: *Street Art*, grafiti, creative economy

PENDAHULUAN

Street art atau seni jalanan, merupakan kegiatan yang sering dipandang sebagai tindakan yang kurang menyenangkan bagi masyarakat. Mural dan grafiti adalah salah satu bentuk dari seni jalanan yang sudah sangat sering kita jumpai. Tidak sedikit tembok-tembok yang ada di jalan, dinding rumah, bahkan fasilitas umum yang menjadi media mural dan grafiti. Tindakan yang terkesan mengotori dan terkadang merusak fasilitas inilah yang membuat masyarakat menjadi risih hingga memandang sebelah mata karya mural dan grafiti.

Kegiatan melukis di dinding bermula pada masa manusia primitif sebagai cara mengkomunikasikan pencapaian dalam proses perburuan. Di masa ini, grafiti digunakan sebagai sarana mistisme dan spiritual sehingga membangkitkan semangat berburu. Perkembangan kesenian pada zaman Mesir kuno juga memperlihatkan aktivitas melukis di dinding-dinding piramida. Banyak karya-karya yang ditemukan di dinding-dinding, bangunan, reruntuhan yang dipakai sebagai alat propaganda dan keagamaan, salah satunya untuk mendiskreditkan pemeluk kristen yang pada zaman itu dilarang keberadaannya oleh kaisar.

Banyak aspek yang dapat kita bahas untuk dapat mengungkapkan keindahan dari suatu karya seni. Grafiti memiliki nilai lebih yang jarang ada dalam karya-karya konvensional yang sering kita lihat di tembok-tembok ruangan maupun di galeri-galeri. Keberanian dalam goresan, ketegasan dalam huruf-hurufnya, penguasaan media, dan efek-efek yang jarang kita lihat dalam karya lukis diruang pameran merupakan nilai jual tersendiri dari grafiti. Semua karakter tersebut tercipta dari kebiasaan si pelaku dalam mengeksekusi tembok-tembok kota. Waktu yang terbatas, kekurangan pencahayaan dan kewaswasan ketika berkarya mendorong karya mereka menjadi baik dan memiliki nilai keindahan tersendiri. Intensitas dan keteguhan inilah yang membuahkan keunikan dan ciri khas dari karya seorang seniman, dan kajian tersebut tidak membahas media apa yang digunakan si seniman, atau dimana mereka berkarya.

Gerakan para boomer pada masa ini masih menjadi perdebatan bagi masyarakat, dimana bagi sebagian orang coretan-coretan pada tembok-tembok jalanan masih merupakan keadaan yang merugikan. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang adakah peluang bagi grafiti untuk menjadi sebuah pekerjaan yang menghasilkan pundi-pundi rupiah. Peneliti merasa penelitian ini penting untuk dilakukan, sehingga khalayak ramai bisa melihat sisi positif dari kegiatan berkesenian ini. Penulisan grafiti sebagai wujud industri kreatif diharapkan akan bermanfaat informatif, memotivasi dan komunikatif dalam memperkenalkan keadaan kaum muda pada masa ini, sehingga secara langsung membantu merevitalisasikan ideologi dan meningkatkan industri kreatif pada pelaku kesenian khususnya para boomer kalangan muda usia produktif untuk dapat berwirausaha secara mandiri. *ARTICULTURE* merupakan komunitas yang mewadahi anak-anak muda pelaku grafiti di kota Malang, komunitas ini bertujuan tidak hanya untuk menyalurkan minat dari anggota dalam menggambar juga mengarahkan mereka pada kegiatan ekonomi kreatif yang positif.

KAJIAN TEORI

Ekonomi Kreatif

Industri kreatif merupakan konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi. Konsep ini telah memicu ketertarikan berbagai negara untuk melakukan kajian seputar ekonomi kreatif dan menjadikan ekonomi kreatif sebagai model utama pengembangan ekonomi.

Istilah “ekonomi kreatif” atau industri kreatif mulai dikenal secara global sejak munculnya buku “*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*” (2001) oleh John Howkins. Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah pada tahun 1997 melihat Amerika Serikat sudah menghasilkan produk-produk Hak

Kekayaan Intelektual (HKI) senilai 414 Miliar Dollar yang menjadikan HKI ekspor nomor 1 Amerika Serikat. Howkins dengan ringkas mendefinisikan ekonomi kreatif, yaitu: “*The creation of value as a result of idea*”.

Penelitian yang dilakukan oleh Andri Irawan, berjudul “*Ekonomi Kreatif Sebagai Suatu Solusi Mensejahterakan Masyarakat Dalam Meningkatkan Tingkat Perekonomian*” (Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Ahmad Yani), bahwasanya Pengembangan Ekonomi Kreatif telah berkembang menjadi sebuah fenomena dalam menghadapi perkembangan dan tantangan globalisasi. factor teknologi informasi membuat perkembangan ekonomi kreatif menjadi lebih cepat. sehingga ekonomi kreatif dapat menjadi sebuah jawaban atas tantangan dalam mensejahterakan masyarakat selain itu juga ekonomu kreatif dapat menurunkan tingkat pengangguran. ekonomi kreatif akan memberikan nilai tambah baik pada proses produksi maupun kepada sumber daya manusia sehingga system ekonomi kreatif diyakini akan menjawab tantangan dari berbagai permasalahan yang ada saat iniserta akan menggeser system yang ada seperti ekonomi komunikasi, ekonomi pertanian, dan ekonomi industry”

Ekonomi kreatif adalah “*penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budayadan teknologi*” (Andri Irawan:2016). Lebih lanjut didefinisikan ekonomi kreatif atau dikenal juga dengan sebutan *knowlage base economi* merupakan pendekatan dan tren perkembangan ekonomi dimana teknologi dan ilmu pengetahuan memiliki peran penting di dalam proses pengembangan dan pertumbuhan ekonomi. Ekonomi kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Grafity atau seni jalanan saat ini mulai menjangkup dalam ranah ekonomi kreatif ini, dikarnakan aliran arus dan *trend* anak muda saat ini. Sehingga Kreatifitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan suatu ide atau gagasan baru, dan menemukan cara baru dalam melihat peluang ataupun permasalahan yang sedang atau akan dihadapi. Inovasi adalah kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif dalam mengisi peluang dan menyelesaikan permasalahan yang ada sehingga bermanfaat bagi kehidupan masyarakat.

Nilai keindahan Grafity

Marianto dalam bukunya menyatakan bahwa “Rasa atau *sense* adalah salah satu dari daya-daya khusus tubuh manusia, yang dengan apa seseorang bisa menyadari sesuatu (Marianto: 2006)”. rasa merupakan salah satu kemampuan khusus yang diberikan kepada manusia untuk bisa menyadari sesuatu melalui pengelihatn, pendengaran, penciuman, sentuhan, pengecap atau gabungan lebih dari dua panca indra. Ada tulisan menarik oleh V.S Ramachandran di *Journal of Consciousness Studies*, yang mengatakan bahwa seniman-seniman hindu (di India) dalam berkreasi sebenarnya ingin mengutarakan ‘rasa’ atau ‘esensi’ dari sesuatu (R.V Ramachandran:1999). Dalam bahasa Ramachandran, rasa adalah *The very essence of* atau “hakikat sejati dari”. Contohnya, rasa bahagia dari pengalaman masa kecil, rasa ketika mengalai kesulitan dalam hidup dan lainnya. Seorang seniman mengubah rasa-rasa tersebut menjadi karya seni yang dapat mempengaruhi orang yang melihatnya. Jika kita berbicara tentang karya seni, maka tidak akan lepas dari nilai-nilai keindahan atau estetika. Maka sebelum membahas tentang keindahan yang ada dalam karya-karya grafity, kita harus memahami apa itu estetika terlebih dahulu.

Sebelumnya sudah dibahas mengenai sejarah dan perkembangan grafity dari masa kemas. Pada bagian ini akan membahas tentang grafity secara seni dan tanggapan masyarakat terhadap karya-karya grafity khususnya yang ada di kota Malang. Bukan hal baru jika kita melihat coretan-coretan ditembok jalanan, bermacam bentuknya dari sekedar nama, tulisan, bahkan ada yang berupa gambar. Sering timbul pertanyaan “apasih asiknya coret-coret tembok?” bagi orang awam dan merasa dirugikan pertanyaan seperti ini akan sering kita dengar. Sedangkan bagi pelaku kegiatan memacu adrenalin seperti ini merupakan keasikan tersendiri. Bagi mereka yang tidak berani untuk menunjukkan seperti apa dirinya dan karyanya didepan banyak orang grafity merupakan lahan yang hijau untuk ditanami. Bagi mereka yang mengejar eksistensi untuk dikenal orang *tagging* dan *vandalism* merupakan cara unik untuk mencari perhatian. Komunitas membuat orang-orang yang memiliki pemikiran yang sama untuk terus berkembang dengan membentuk geng dan komunitas

membuat mereka secara sadar atau tidak membentuk teritori tersendiri yang dapat menciptakan kerusuhan karena perebutan wilayah, ini merupakan bentuk yang salah dari tujuan membuat komunitas yang seharusnya mendorong anggota untuk terus aktif berkarya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode etnografi, dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh dengan menggunakan dokumentasi, observasi lapangan dan wawancara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Djarm'an Satori (Djam'an Satori :201) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan jasa, gambar-gambar, gaya-gaya, tata cara suatu budaya, model fisik suatu artifak dan lain sebagainya

Sumber data diperoleh dalam dua bentuk, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari komunitas *ARTICULTURE* melalui observasi lapangan dan wawancara kepada informan yang berada di kota Malang. Sumber data sekunder diperoleh dari beberapa buku yang terkait dengan topik penelitian atau riset perpustakaan.

Informan dari penelitian ini bernama Ahmad Kholili. Ahmad Kholili merupakan salah satu *leader* terbentuknya komunitas ini. Ahmad Kholili membentuk komunitas ini atas dasar keinginan untuk mengumpulkan orang dengan minat dan hobi yang sama. Disamping itu, ia juga berkeinginan agar komunitas ini tidak hanya fakum pada satu *event* saja, akan tetapi tetap aktif dan berkembang walaupun tidak ada kegiatan atau sponsor dari suatu penyelenggara acara dan pengusaha swasta.

Pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi berupa foto-foto dari seni jalanan kota Malang juga foto pelaksanaan kegiatan penelitian. Observasi lapangan dilakukan dengan peneliti langsung kelapangan menerapkan solusi dengan memberikan pembinaan, menyediakan wadah sekaligus mengajarkan nilai-nilai kearifan lokal budaya Melayu Deli melalui pantun dan karakter ikon Pak Belalang kepada komunitas *ARTICULTURE*, dan juga mewawancarai informan atau anggota komunitas seni jalanan kota Medan dengan mengajukan beberapa pertanyaan tentang masalah terkait penelitian.

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Analisis data dilakukan menggunakan beberapa prosedur berikut ini. Membuat janji dan permohonan ketersediaan sebagai sumber data, mewawancarai dan turut dalam proses pelaksanaan dimulai dari persiapan hingga penyelesaian karya yang dilakukan oleh komunitas *ARTICULTURE* untuk mengekspresikan kreativitas di bidang seni grafiti dalam mengoptimalkan kreativitas seni grafiti yang dimiliki.

Bagi Ahmad Kholili grafiti adalah sarana untuk mengekspresikan imajinasi secara bebas dengan menggunakan cat semprot dan dinding sebagai medianya. Seperti yang dikatakan John dalam jurnalnya, grafiti adalah bagian dari para pejuang untuk menyampaikan aspirasinya melalui tembok-tembok terkait dengan politik dan hal yang tidak sejalan dengan keadaan yang sedang terjadi (John Lennon:2014). Selain itu juga sebagai media penyampai pesan yang unik dan berbeda karena menggunakan gambar atau tulisan dengan simbol dan lambang tertentu. Grafiti terdiri dari simbol-simbol dimana setiap simbol meliputi garis, warna dan volume. Simbol-simbol tersebut memiliki makna bagi para pembuat grafiti.

Pemahaman bahwa berfikir itu tidak selalu berpusat dari otak, proses berfikir itu bergulir diseluruh bagian tubuh melalui jaringan hormone dan enzim yang tiap orangnya berbeda. Tentu hal ini membuat pandangan akan rasa juga berbeda tiap orangnya. Jika berbicara tentang rasa, maka akan

SEMINAR NASIONAL SANDYAKALA 2019

bersentuhan dengan bidang kesenian. Seni merupakan dunia yang sukar dijelaskan secara pasti, hal ini berhubungan dengan bagaimana kita bisa menjelaskan aspek nonmaterial dari suatu karya seni yang bisa muncul begitu menawan dan menyihir *audience*. Mengasah rasa dan kepekaan dalam mendekati karya seni untuk merasakan dimensi-dimensi yang kaya dan menarik dari karya seni, dan bahkan untuk menikmati secara lebih hidup atas realita sehari-hari, ada baiknya kita lihat kembali pendapat Leonardo da Vinci yang menyatakan bahwa pada umumnya orang “memandang tanpa melihat, mendengar suara tanpa mendengarkan, menyentuh tanpa merasakan, bergerak tanpa ada kesadaran fisik, menghirup udara tanpa menyadari bau dan wewangian, dan berbicara tanpa berfikir”. Agar kita keluar dari keadaan tanpa kepekaan rasa, da Vinci menyarankan kita agar belajar mengasah kepekaan rasa senbagai mana anak melihat atau sebagaimana seniman meihat, medengar seperti seorang musisi, bercakap seperti seorang penyair, membau bebauan seperti seekor rusa, dan berfikir seperti filsuf.

Perkembangan Grafity di Malang

Grafiti pada masa ini sudah tidak lagi merupakan kegiatan iseng yang kesannya mengotori dan merusak saja. sudah bukan hal aneh dan baru lagi jika kita berkunjung ke café-café yang ada di Malang dan melihat tembok-tembok penuh dengan grafiti. Fenomena ini menunjukkan bahwa grafiti sudah mulai diakui memiliki nilai estetis yang berunsur menghias, kesan kotor dan suram sudah tidak terlihat lagi dan dengan menampilkan grafiti di tembok-tembok café malah mendatangkan pembeli lebih banyak lagi karna dirasa kekinian dan lebih menarik.

Berikut beberapa contoh dari teknik grafiti yang dialihkan untuk menghias café-café dimalang.



Gambar 5. Proses pembuatan grafiti LA.

(sumber: surveri 2019)



Gambar 4. Café REPUBLIKA di dinoyo

(sumber: survey 2017)

Rancangan Anggaran Pengeluaran

Alat dan bahan yang dibutuhkan dalam kegiatan pelatihan vas semen daur ulang antara lain:

Tabel 1. Daftar Anggaran (sumber:wawancara)

NO	NAMA	JUMLAH	HARGA @	TOTAL
1	Pilox	5 PCS	25.000	125.000
2	Slotip kertas	10 PCS	20.000	200.000
5	Biaya pengerjaan	5 M	300.000	1.500.000
TOTAL				1.825.000

Teknis pengerjaannya tergantung dari tingkat kesulitan karya yang diminta oleh klien. Hal ini juga ditentukan dari harga permeter karya mural mereka. Tabel diatas merupakan biaya minimal ketika mengerjakan gambar dengan tingkat kesulitan rendah. Ahmad Kholili pun bersedia membocorkan harga yang mereka patok selama ini. "Kisarannya itu sekitar Rp 300 sampai Rp 500 ribu per meter perseginya." Sedangkan ukuran, bidang yang mereka kerjakan biasanya sekitar 5 x 3 meter persegi dengan waktu pengerjaan sekitar 10 hari". Sebelum mengerjakan diadakan diskusi dengan pemesan tentang desain dan waktu pengerjaan tersebut, setelah diskusi selesai barulah Langkah pembuatan dimulai. Mereka biasanya akan bertemu langsung dengan si klien untuk

bertukar pikiran soal konsep gambar yang akan dibuat. Biasanya ia mengatakan satu kali proyek minimal seharga Rp 5,6 juta. Sedangkan angka maksimal bisa puluhan juta rupiah.

Simpulan

Berkembangnya ekonomi kreatif saat ini segala usaha yang menggunakan pemikiran, kreatifitas dan ide-ide baru ikut mengangkat nilai dari grafity kearah yang lebih positif. Selain menghasilkan karya-karya yang inovatis juga indah, pada masa ini grafity juga menjadi sebuah pekerjaan yang menghasilkan pundi-pundi rupiah. Masih sedikitnya saingan dibidang ini merupakan sebuah peluang untuk menghasilkan rupiah, karna kemampuan dibidang seni tidak dimiliki oleh semua orang sehingga persaingan dibidang ini masih sedikit terutama di kota Malang Sehingga gambar-gambar yang dulunya dianggap mengganggu, menjadi karya-karya yang bagus indah juga mengundang pengunjung untuk hadir pada tempat-tempat yang menarik untuk didokumentasikan.

Daftar Pustaka

- Aan Komariah, Djam'an Satori, 2011, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, Alfabeta.
- Juliana, Fatimah, Apriliyanti, "Pembinaan Penulisan Grafiti Sebagai Wadah Creative Entrepreneur Berbasis Kearifan Lokal Budaya Melayu Deli", *Jurnal Ilmiah Lingua Idea*, Vol. 9 No. 2, 2018.
- Kartika, Dharsono S, 2007, " *Estetika*", Bandung, Rekayasa Sains Bandung.
- LENNON, JOHN. (2014). *Assembling a Revolution Grafity, Cairo and the Arab Spring. Cultural Studies Revie*,20,4-40.
- Marianto, Dwi, 2007, " *Quantum Seni*", Semarang, Effhar Offset Semarang.
- Nurchayati dan Andalan Tri Ratnawati, *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata Di Kabupaten Semarang*, disampaikan pada Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank (Sendi_U) Ke-2 Tahun 2016 Kajian Multi Disiplin Ilmu dalam Pengembangan IPTEKS untuk Mewujudkan Pembangunan Nasional Semesta Berencana (PNSB) sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Global.
- Tinarbuko, Sumbo, 2008, " *Semiotika Komunikasi Visual*", Yogyakarta, Jalasutra.
- Ramachandran, V.S and W. Hirstein, " *The Science of Art A Neurological Theory of Aesthetic Experience*", *Journal of Consciousness*, vol. 6, no: 6-7, juni/juli 1999.