

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seni jalanan atau yang biasa dikenal dengan grafiti, telah menjadi bagian dari ekspresi budaya urban yang berkembang di kota-kota besar di Indonesia. Pada wilayah Jabodetabek yaitu Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi, kemunculan karya-karya grafiti di ruang-ruang publik seperti dinding pinggir jalan, dinding *flyover*, *rolling door* pertokoan, hingga tembok pinggir rel kereta, semakin mudah untuk dijumpai dalam beberapa waktu terakhir (Kompas.com, 2025).

Pada pertengahan tahun 2021, sebuah karya grafiti mendadak viral di media sosial. Karya tersebut bertuliskan “Tuhan Aku Lapar” yang muncul di sebuah tembok yang berlokasi di Tangerang, Banten. Karya dengan panjang sekitar sepuluh meter tersebut dibuat oleh kelompok seniman jalanan dan berakhir dihapus oleh pihak berwenang (Kompas.id, 2021);(Kompas.com, 2025). Insiden ini hanyalah salah satu dari sekian banyak peristiwa yang mencerminkan bahwa seni jalanan atau grafiti, khususnya di wilayah Jabodetabek bukan hanya sekadar coretan yang tidak memiliki makna, melainkan berkembang menjadi bentuk komunikasi kolektif yang terorganisir, memiliki pesan moral tinggi, yang dihasilkan melalui proses kerja sama antaranggota komunitas.



Gambar 1. 1 Mural Viral “Tuhan Aku Lapar” di Tangerang, Banten.
Sumber: Bisnis.com, 2021

Saat ini grafiti telah berkembang secara masif di Indonesia sejak era pascareformasi. Perkembangan ini bermula di sejumlah kawasan di Jakarta, yang kemudian menyebar ke kota-kota di sekitarnya (Kolektif Agora, 2021). Fenomena ini bukan hanya sekadar gejala estetika kota, tetapi juga mencerminkan adanya komunitas-komunitas kreatif yang secara aktif berkarya secara kolektif mulai tumbuh dan berkembang.

Komunitas-komunitas seperti Gardu House yang berlokasi di Bintaro Jaya, Jakarta Selatan, secara rutin menyelenggarakan sebuah kegiatan atau *event* tahunan bernama “*Indo Graff Day*” sebagai bentuk gerakan serentak dari para seniman grafiti di berbagai wilayah di Indonesia (Saleh et al., 2023). Tidak hanya itu, Gardu House juga aktif di berbagai media sosial terutama *Instagram* dengan *username* @garduhouse untuk mengunggah berbagai kegiatan kolektif, promosi produk dan juga mengunggah ulang atau *repost* karya-karya dari para *street artist*.



Gambar 1. 2 Profil *Instagram* Gardu House
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Tidak hanya mengagas “*Indo Graff Day*” di Indonesia, Gardu House juga membangun sebuah toko kolektif yang menjual alat keperluan grafiti sekaligus menjadi galeri non-profit yang diperuntukan sebagai ruang alternatif bagi para *street artist* untuk memamerkan karya-karya mereka selain di tembok jalan. Tidak hanya di Bintaro, komunitas lokal yang berlokasi di Depok juga secara rutin malangsungkan kegiatan gambar bersama atau lebih dikenal dengan istilah *jamming* bernama “Koneksi Antar Kampung” sejak tahun 2020, dan berhasil

mengumpulkan lebih dari 150 karya seniman grafiti dari 20 kota untuk menghiasi tembok-tembok di kampung Jatijajar (Kolektif Agora, 2021).



Gambar 1. 3 Dokumentasi Kegiatan Koneksi Antar Kampung Vol 1 & 2
Sumber: Kolektif Agora, 2021

Perkembangan grafiti pada wilayah Jabodetabek juga terdokumentasi dalam berbagai media. Pada tahun 2017 hingga 2022, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta di bawah program Revitalisasi Ruang Publik dan Lomba Mural Jakarta mencatat keterlibatan lebih dari 200 seniman jalanan dari sekitar 45 komunitas berbeda dalam berbagai kegiatan legal (Dinas Kebudayaan DKI Jakarta, 2022). Program-program tersebut antara lain meliputi penghijauan visual di Taman Mural Tebet, beautifikasi dinding-dinding *flyover* di kawasan Tomang, Cawang, dan Kampung Melayu, serta kompetisi grafiti yang diadakan dalam rangkaian Jakarta *Anniversary*.



Gambar 1. 4 Dokumentasi Karya *underpass* di Cawang, Jakarta
Sumber: DetikNews, 2020.

Di sisi yang lebih spesifik, komunitas grafiti perempuan merupakan fenomena yang lebih langka dan sangat menarik perhatian peneliti karena dimensi sosialnya yang berlapis. Komunitas grafiti di Indonesia umumnya ditekuni dan dianggotakan

oleh laki-laki. Kehadiran komunitas grafiti Perempuan di Indonesia tentunya menjadi fenomena yang sangat langka dan jarang ditemui. Salah satu yang paling menonjol adalah *Ladies on Wall* yang hingga awal 2024 menjadi satu-satunya komunitas grafiti yang beranggotakan Perempuan yang aktif dan terorganisir di wilayah Jabodetabek. (Detik.com, 2016).

Ladies on Wall adalah sebuah komunitas grafiti Perempuan pertama di Indonesia yang berdiri sejak Mei 2014. Komunitas ini dibentuk oleh seniman grafiti perempuan asal Jakarta bernama Bunga Fatia yang sebelumnya terinspirasi oleh festival *The Rebel Daughters* di Singapura, sebuah ajang seni jalanan yang diikuti oleh 20 seniman perempuan dari 10 negara Asia Tenggara (Zetizen, 2022a). Nama *Ladies on Wall* muncul dari diskusi awal antara Bunga dan seniman perempuan bernama Cynthia dari Tangerang yang berlangsung melalui media sosial, kemudian dilanjutkan dengan pertemuan langsung dan perencanaan *event* bersama (Detik.com, 2016).



Gambar 1. 5 Logo Komunitas *Ladies on Wall*
Sumber: Arsip *Ladies on Wall*

Sejak awal *Ladies on Wall* berdiri komunitas ini telah mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dan signifikan. Berawal dari beranggotakan sembilan orang pada tahun 2014, keanggotaannya berkembang menjadi lebih dari 60 anggota perempuan yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia yang mayoritas didominasi wilayah Jabodetabek, Karawang, Bandung, Palembang, Bali, Yogyakarta, hingga

Kalimantan dengan latar belakang profesi dan usia yang beragam (Zetizen, 2022). Kegiatan komunitas *Ladies on Wall* mencakup *jamming* rutin yang diselenggarakan hampir tiap bulan yang umumnya berlokasi di Jabodetabek, melakukan kolaborasi mural di ruang publik, berpartisipasi dengan berbagai *event* seni berskala lokal hingga nasional. Komunitas *Ladies on Wall* juga aktif melalui berbagai media sosial, terutama *Instagram* dengan *username* @ladiesonwallina sebagai *platform* untuk mendokumentasikan karya, mengumumkan kegiatan atau *event*, dan membangun relasi dengan komunitas dan pelaku seni lainnya.



Gambar 1. 6 Profil Instagram Komunitas *Ladies on Wall*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada periode November 2025-Februari 2026, komunitas *Ladies on Wall* memiliki sekitar 30 anggota aktif yang berdomisili di berbagai wilayah Jabodetabek, mulai dari Jakarta, Tangerang, Depok, dan Bekasi. Usia mereka bervariasi antara 21- 38 tahun, dengan latar belakang pendidikan dan juga profesi yang beragam seperti mahasiswa desain komunikasi visual, desainer grafis, mural *artist*, pekerja kantoran, hingga ibu rumah tangga. Secara struktural komunitas ini dikelola oleh sebuah tim inti yang beranggotakan 6 orang yang terdiri dari ketua dan pengurus komunitas.

Kegiatan utama dari komunitas ini adalah *jamming session* yang diselenggarakan lebih dari enam kali setahun, baik dalam skala kecil yaitu diikuti oleh tiga hingga lima anggota maupun skala besar yang mengundang *street artist* dari komunitas lain. Selain itu, *Ladies on Wall* juga aktif dalam berbagai kegiatan komersial dan kolaborasi dengan berbagai pihak seperti kedutaan Prancis, *Black*

Panther Disney, dan berbagai merek lokal lainnya. Akun Instagram resmi komunitas ini, @ladiesonwallina, per Juli 2026 memiliki lebih dari 500 pengikut (Instagram @ladiesonwallina, 2026).



Gambar 1. 7 Dokumentasi kegiatan *Ladies on Wall*
Sumber: Instagram Komunitas *Ladies on Wall*

Di balik aktivitas komunitas *Ladies on Wall*, proses komunikasi internal mereka menyimpan dinamika yang kompleks dan layak untuk dikaji atau diteliti secara akademis. Dalam observasi awal yang dilakukan oleh peneliti yang telah mengikuti 3 sesi *jamming* dan 2 kali rapat daring komunitas (November 2025-Februari 2026), peneliti mengamati sejumlah gejala komunikasi yang menunjukkan adanya tantangan dalam praktik partisipasi anggota. Pertama, terdapat kecenderungan anggota senior mendominasi dalam diskusi, sementara anggota yang lebih baru tampak ragu-ragu untuk menyampaikan alternatif gagasan meskipun diberi ruang untuk berbicara. Kedua, dalam satu sesi *jamming* di kawasan Jakarta (Januari 2026), peneliti menyaksikan adanya perbedaan pandangan yang cukup kuat antara dua kelompok anggota terkait pemilihan palet warna karya, yang akhirnya diselesaikan bukan melalui voting terbuka melainkan melalui negosiasi informal di sela-sela pengerjaan. Ketiga, peneliti menemukan bahwa anggota yang kurang aktif di grup daring cenderung kurang mendapat informasi tentang keputusan yang telah disepakati.

Gejala-gejala awal ini menunjukkan bahwa dalam komunitas *Ladies on Wall* terdapat ketegangan antara prinsip partisipasi yang setara dengan realitas komunikasi yang dipengaruhi oleh hierarki tidak formal, perbedaan kapasitas

komunikasi digital, dan dinamika kepribadian antaranggota. Proses negosiasi, koordinasi, dan pengambilan keputusan dalam komunitas ini berlangsung dalam bentuk yang tidak selalu eksplisit dan terstruktur, sehingga memerlukan kajian yang mendalam untuk dapat dipahami secara utuh.

Penelitian sebelumnya mengenai komunitas grafiti di Indonesia umumnya berfokus pada dimensi visual dan simbolik, yakni bagaimana karya grafiti berfungsi sebagai medium ekspresi, komunikasi visual kepada publik, atau representasi identitas kelompok. Sefridyantha (2017) dalam kajiannya tentang komunitas grafiti di Bandung menyoroti bagaimana karya-karya grafiti merefleksikan identitas subkultur, namun tidak membahas secara mendalam bagaimana proses komunikasi internal di antara anggota berlangsung dalam menghasilkan karya tersebut. Putra (2018) juga mengkaji dinamika kolaborasi dalam komunitas grafiti di Yogyakarta, tetapi dengan pendekatan yang lebih berfokus pada aspek artistik kolektif daripada analisis pola komunikasi dan mekanisme partisipasi anggota. Wanis et al. (2023) membahas persepsi masyarakat terhadap grafiti di kota-kota besar Indonesia, termasuk dimensi stigma vandalisme, namun kajiannya beroperasi di ranah komunikasi eksternal, bukan internal komunitas.

Dalam pemetaan penelitian terdahulu di atas, terlihat jelas bahwa terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan, di mana belum adanya kajian yang secara spesifik mengkaji bagaimana proses komunikasi internal seperti mekanisme negosiasi ide, pembagian peran dan tugas, serta pengambilan keputusan kolektif yang dapat membentuk dan memperkuat budaya partisipatif dalam komunitas grafiti perempuan pertama di Indonesia. Kesenjangan ini menjadi semakin relevan karena *Ladies on Wall* hadir dengan karakter yang unik dan secara eksplisit memiliki komitmen pada prinsip kesetaraan yang bergerak pada konteks seni jalanan yang secara historis tidak ramah terhadap perempuan.

Kebaruan penelitian ini dibagi menjadi tiga aspek utama. Pertama, penelitian ini akan mengkaji proses komunikasi internal pada komunitas grafiti, bukan grafiti sebagai produk visual yang kemudian akan mengisi kesenjangan yang selama ini belum dijangkau oleh penelitian sebelumnya dalam konteks komunikasi komunitas dan juga budaya partisipatif. Kedua, subjek penelitian adalah komunitas grafiti

Perempuan pertama di Indonesia yaitu *Ladies on Wall*, yang merupakan fenomena spesifik dan unik dalam ekosistem seni jalanan Indonesia yang belum pernah dikaji dari perspektif ilmu komunikasi. Ketiga, penggunaan pendekatan etnografi komunikasi sebagai kerangka metodologis menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang praktik, pola, norma, dan makna komunikasi yang terbentuk secara organik dalam kehidupan komunitas, bukan sekadar analisis tekstual terhadap karya yang dihasilkan.

Etnografi komunikasi adalah suatu metode yang berakar pada tradisi antropologi dan linguistik yang dikembangkan oleh Dell Hymes pada 1960-an, yang bertujuan untuk memahami pola, norma, praktik, dan makna komunikasi dalam konteks budaya tertentu melalui pengamatan langsung dan pelibatan peneliti dalam kehidupan komunitas yang diteliti (Hymes, 1974; Kuswarno, 2008). Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya untuk menelaah lebih dalam dan menangkap nuansa komunikasi yang terjadi secara natural baik secara langsung tatap muka di sesi *jamming* maupun melalui daring. Melalui pendekatan etnografi komunikasi, peneliti dapat memahami makna yang dikonstruksi bersama oleh para anggota dalam proses komunikasi tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Komunitas *Ladies on Wall* merupakan komunitas grafiti perempuan yang menjalankan proses kreatif secara kolektif. Namun, berdasarkan observasi awal, proses komunikasi internal yang mencakup negosiasi ide, koordinasi kegiatan, pembagian peran, dan pengambilan keputusan bersama belum sepenuhnya dipahami baik oleh anggota komunitas itu sendiri maupun oleh kalangan akademis. Dinamika komunikasi yang dialami oleh komunitas ini, baik secara langsung tatap muka maupun melalui platform digital, belum dikaji secara mendalam sehingga belum diketahui bagaimana praktik-praktik komunikasi tersebut secara konkret membentuk dan mempertahankan budaya partisipatif di dalam komunitas *Ladies on Wall*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan tersebut, pertanyaan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana budaya partisipatif dibentuk dan dipraktikkan melalui komunikasi antaranggota komunitas grafiti *Ladies on Wall*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana budaya partisipatif terbentuk dan dipraktikkan melalui komunikasi antaranggota dalam komunitas grafiti *Ladies on Wall*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang spesifik bagi pengembangan kajian komunikasi komunitas dan etnografi komunikasi. Secara lebih khusus, penelitian ini berkontribusi dalam mengisi kesenjangan literatur mengenai proses komunikasi internal dan pembentukan budaya partisipatif pada komunitas kreatif berbasis seni jalanan, terutama komunitas grafiti perempuan yang selama ini masih sangat jarang diteliti dari perspektif komunikasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana komunitas non-formal membangun mekanisme partisipasi, negosiasi, dan pengambilan keputusan bersama melalui praktik komunikasi sehari-hari.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi komunitas *Ladies on Wall* itu sendiri. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pengurus dan anggota komunitas untuk memahami secara lebih reflektif bagaimana komunikasi internal mereka berlangsung, termasuk hambatan-hambatan yang selama ini mungkin tidak disadari oleh mereka, sehingga dapat dijadikan acuan untuk memperbaiki pengelolaan komunikasi internal, memperjelas pembagian

peran antaranggota, merancang mekanisme regenerasi yang lebih inklusif bagi anggota baru, menyusun prosedur penyelesaian perbedaan pendapat yang lebih terstruktur, serta meningkatkan kualitas evaluasi kegiatan pasca *event* atau pascaproduksi. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi komunitas-komunitas seni jalanan lain yang sedang dalam proses membangun tata kelola internal yang lebih partisipatif.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Secara sosial, penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk memahami bahwa grafiti, khususnya yang dihasilkan oleh komunitas terorganisir seperti *Ladies on Wall*, merupakan bentuk ekspresi kreatif yang mengandung nilai-nilai komunikasi, solidaritas, dan partisipasi sosial yang positif. Pemahaman ini diharapkan dapat mendorong penerimaan yang lebih luas terhadap seni jalanan sebagai bagian dari ekosistem budaya urban Indonesia, sekaligus mengubah stigma negatif yang selama ini melekat pada aktivitas grafiti di ruang publik.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini dirancang dengan sejumlah batasan guna menetapkan secara jelas fokus dari penelitian agar dapat terjaga dengan baik.

Dari sisi desain penelitian, penelitian ini membatasi kajian pada satu objek, yaitu komunikasi komunitas grafiti *Ladies on Wall*, dengan fokus pada praktik komunikasi internal antaranggota dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan komunitas. Penelitian ini tidak akan mengkaji komunitas grafiti lain dan tidak bertujuan untuk membuat generalisasi yang berlaku bagi semua komunitas grafiti yang ada di Indonesia maupun wilayah lainnya. Wilayah yang akan jadi perhatian utama adalah Jabodetabek. Periode penelitian difokuskan pada rentang kegiatan aktif komunitas yang dapat diamati dan didokumentasikan selama proses pengumpulan data berlangsung.

Adapun informan yang dilibatkan mencakup anggota aktif komunitas *Ladies on Wall*, baik pendiri, anggota senior, hingga anggota dengan waktu bergabung

yang lebih baru. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat memperoleh perspektif yang dalam dan beragam mengenai pengalaman partisipasi dalam komunitas. Ruang komunikasi yang diamati oleh peneliti mencakup ruang tatap muka seperti dalam kegiatan *jamming*, serta komunikasi melalui daring seperti *Grup WhatsApp* dan media sosial lainnya. Peristiwa komunikasi yang menjadi fokus analisis meliputi proses diskusi desain, pembagian peran, negosiasi perbedaan pendapat, dan koordinasi pelaksanaan kegiatan.

Dari sisi kendala proses pelaksanaan, penelitian ini menghadapi keterbatasan akses terhadap seluruh anggota komunitas *Ladies on Wall* yang tersebar di berbagai wilayah, sehingga wawancara dilakukan secara daring melalui *zoom meeting*. Selain itu, metode etnografi komunikasi yang digunakan membutuhkan keterlibatan peneliti dalam rentang waktu yang cukup panjang dan intensif, sehingga hasil penelitian sangat bergantung pada kemampuan peneliti dalam membangun kepercayaan dan kedekatan dengan komunitas yang diteliti.

