

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian atau kajian ilmiah mengenai grafiti sebagai praktik komunikasi dan budaya telah berkembang dalam berbagai pendekatan dan konteks global. Secara umum, penelitian-penelitian yang telah dilakukan dapat dikelompokkan menjadi beberapa konteks seperti, grafiti sebagai media komunikasi simbolik dan ekspresi identitas, grafiti sebagai resistensi terhadap ruang publik dan kuasa, komodifikasi dan kebijakan kota terhadap praktik seni jalanan, budaya partisipatif dalam komunitas kreatif, serta komunikasi komunitas dalam konteks urban Indonesia. Pemetaan ini penting dilakukan untuk menentukan posisi penelitian ini di antara kajian-kajian yang telah ada serta merumuskan kesenjangan yang belum diisi secara memadai.

Sekelompok penelitian pertama menempatkan grafiti sebagai medium komunikasi sosial-politik yang berisi pesan identitas, emosi, dan aspirasi kolektif. Al Rousan (2025) meneliti fungsi komunikatif grafiti di Yordania dan menemukan bahwa grafiti berfungsi sebagai sarana komunikasi simbolik, ekspresi emosi, serta representasi identitas sosial komunitas urban. Sejalan dengan itu, Pérez-Izaguirre & Liñero Reglero (2023) menelaah hubungan antara grafiti, motivasi, dan emosi pelaku, dan menyimpulkan bahwa grafiti menjadi sarana katarsis sekaligus pembentukan identitas melalui media visual publik. Sementara itu, Taçon (2024) dan Mohamed (2025) memperluas perspektif dengan menempatkan grafiti dalam bingkai nilai budaya dan memori kolektif grafiti dipahami sebagai medium untuk menjaga dan merekonstruksi identitas sosial suatu komunitas. Keempat penelitian ini sepakat bahwa grafiti jauh melampaui sekadar karya estetika dan beroperasi sebagai sistem tanda yang menyampaikan makna sosial yang kompleks.

Kelompok penelitian kedua membahas posisi grafiti dalam relasi kuasa, kebijakan, dan komodifikasi. Vanderveen & van Eijk (2016) menyoroti ambiguitas grafiti sebagai praktik yang berada di antara ekspresi seni dan pelanggaran hukum,

menunjukkan bahwa persepsi publik terhadap grafiti sangat dipengaruhi oleh nilai estetika versus moralitas hukum. Raposo (2023) menemukan bahwa komodifikasi dan kebijakan kota dapat mengubah makna partisipasi komunitas menjadi aktivitas semi-komersial. Sementara itu, Mohamed (2025) menunjukkan bagaimana grafiti dalam konteks gerakan sosial berperan membangun narasi kolektif dan identitas komunitas di tengah tekanan politik. Penelitian-penelitian ini menegaskan bahwa grafiti tidak pernah hadir dalam ruang yang netral ia selalu bernegosiasi dengan sistem nilai, kebijakan, dan struktur kekuasaan yang ada.

Kelompok ketiga membahas partisipasi audiens dan komunitas dalam konteks budaya kreatif. Delwiche & Henderson (2012) memberikan kerangka teoritis mengenai budaya partisipatif dan komunikasi publik, menegaskan bahwa audiens bukan lagi sekadar penerima pesan pasif, melainkan turut membentuk makna sosial melalui keterlibatan aktif. Fawkes (2019) memperkuat argumen ini dengan meneliti bagaimana audiens berpartisipasi secara bermakna dalam pembentukan budaya publik. Grasso & Burrell (2021) mengkaji praktik komunikasi hibrid yaitu perpaduan ruang daring dan luring dalam komunitas seni, dan menemukan bahwa partisipasi daring justru memperluas jaringan kolaborasi antaranggota komunitas.

Kelompok keempat memberikan konteks lokal Indonesia. Sugiarto & Prabowo (2024) menganalisis seni jalanan sebagai praktik komunikasi resistensi dan pembentukan ruang publik di Indonesia, menemukan bahwa grafiti berperan sebagai medium perlawanan terhadap wacana sosial dominan sekaligus simbol identitas kolektif komunitas urban. Penelitian ini relevan secara kontekstual karena membahas dinamika serupa dalam masyarakat Indonesia.

Dari pemetaan di atas, tampak adanya dua celah penelitian yang belum terisi secara memadai. Pertama, mayoritas penelitian masih memosisikan grafiti sebagai artefak visual atau produk budaya, dan bukan sebagai praktik komunikasi yang hidup di dalam dinamika kelompok. Komunikasi internal komunitas grafiti yakni bagaimana anggota berkoordinasi, bernegosiasi, dan membangun kesepahaman bersama belum menjadi fokus utama kajian-kajian tersebut. Kedua, belum ada penelitian yang secara khusus menggabungkan kerangka etnografi komunikasi dan budaya partisipatif untuk menganalisis komunitas grafiti perempuan di Indonesia.

Penelitian ini hadir untuk mengisi kedua celah tersebut dengan menempatkan *Ladies on Wall* komunitas grafiti yang seluruh anggotanya perempuan sebagai subjek kajian komunikasi internal yang mendalam.

Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek. Pertama, secara empiris, penelitian ini menawarkan data lapangan mengenai praktik komunikasi dalam komunitas grafiti perempuan Indonesia yang belum pernah dikaji sebelumnya. Kedua, secara konseptual, penelitian ini mempertemukan model SPEAKING dari Hymes (1974) dengan lima karakteristik budaya partisipatif Jenkins et al. (2006) sebagai kerangka analitis yang saling melengkapi. Ketiga, secara metodologis, pendekatan etnografi komunikasi digunakan bukan sekadar sebagai label, melainkan sebagai prosedur sistematis untuk mengidentifikasi peristiwa komunikasi, norma interaksi, dan pola partisipasi dalam komunitas kreatif.



Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6	Jurnal 7	Jurnal 8	Jurnal 9	Jurnal 10
1.	Judul Artikel Ilmiah	<i>Let the Walls Do the Talking!: The Communicative Functions of Graffiti in Jordan</i>	<i>What Can Grffiti Tell Us About Emotions and Motivation?</i>	<i>Graffiti, Vandalism and Destruction: Preserving Rock Art in a Globalized World</i>	<i>Introduction: What is Participatory Culture?</i>	<i>Walls of Change: The Role of Public Art in Khartoum's 2019 Sit-in Space</i>	<i>Criminal but Beautiful: The Relationship Between Value and Crime in Street Art</i>	<i>Street Art Commodification and (An)aesthetic Policies: Urban Ethnography in Lisbon</i>	<i>Participatory Audiences and Everyday Engagement in Public Culture</i>	<i>Hybrid Participation: Street Art and the Mediation of Urban Communities Online and Offline</i>	<i>Reclaiming the Walls: Indonesian Street Artists and Urban Space Transformation</i>
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun	Al Rousan, M. (2025)	E. Pérez-Izaguirre & A. Liñero Reglero (2023)	Paul S.C. Taçon (2024)	Aaron Delwiche & Jennifer Jacobs	Mohamed, M.E. (2025)	G. Vanderveen & G. van Eijk (2016)	Otávio Ribeiro Raposo (2023)	Fawkes, J. (2019)	Grasso, C. & Burrell, J. (2021)	R. Sugiarto & D. Prabowo (2024)

Terbit, dan Penerbit		Henderson (2012)									
3.	Fokus Penelitian	Menganalisis fungsi komunikatif grafiti di Yordania dalam konteks sosial, politik, dan emosional.	Meneliti hubungan antara grafiti, motivasi, dan emosi pelaku sebagai wujud komunikasi diri.	Meninjau hubungan antara pelestarian budaya dan pandangan masyarakat terhadap grafiti modern.	Menjelaskan konsep budaya partisipatif dan keterlibatan komunitas dalam produksi makna sosial..	Menganalisis bagaimana seni publik, termasuk grafiti, berperan dalam membentuk identitas dan memori kolektif.	Mengkaji persepsi publik terhadap grafiti dan perbedaan nilai estetika dengan moralitas hukum.	Menelaah perubahan partisipasi komunitas street art akibat komodifikasi dan kebijakan kota.	Meneliti bagaimana audiens berpartisipasi dalam makna budaya publik.	Meneliti praktik komunikasi hibrid antara ruang daring dan fisik dalam komunitas street art.	Menganalisis seni jalanan Indonesia sebagai praktik komunikasi resistensi dan pembentukan ruang publik.
4.	Teori	Teori Sosiokognitif (Van Dijk).	Teori Psikologi Seni dan Motivasi.	Teori Nilai Budaya & Estetika.	Teori Budaya Partisipatif (Jenkins).	Teori Ruang Publik & Memori Kolektif.	Teori Persepsi Sosial & Nilai Moral.	Teori Komodifikasi Budaya (Adorno & Jenkins).	Teori Partisipasi Budaya & Komunikasi Publik.	Teori Partisipasi Hibrid & Konvergensi Media.	Teori Ruang Publik (Habermas) & Komunikasi Budaya.

5.	Metode Penelitian	Analisis isi dan pendekatan kualitatif deskriptif.	Kajian pustaka teoretis dan studi empiris sekunder.	Kajian literatur dan historis.	Kajian konseptual (theoretical framework).	Pendekatan etnografi komunikasi dengan observasi partisipatif.	Metode survei dan wawancara publik.	Etnografi perkotaan.	Metode kualitatif partisipatif.	Studi kasus etnografi digital.	Etnografi komunikasi dan wawancara.
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Sama-sama melihat grafiti sebagai media komunikasi sosial dan ekspresi identitas kolektif.	Sama-sama melihat grafiti sebagai bentuk komunikasi emosional.	Sama-sama membahas nilai sosial grafiti dalam konteks budaya.	Memberikan dasar teoritis bagi budaya partisipatif dalam komunitas grafiti.	Sama-sama menggunakan pendekatan etnografi komunikasi untuk memahami praktik komunitas.	Sama-sama menyoroti grafiti sebagai wacana sosial yang sering disalahpahami.	Sama-sama membahas hubungan partisipasi, identitas, dan ruang publik dalam komunitas grafiti.	Relevan dengan budaya partisipan komunitas grafiti.	Sama-sama mengkaji komunikasi partisipatif komunitas seni.	Sama-sama fokus pada budaya komunikasi komunitas grafiti Indonesia.
7.	Perbedaan dengan penelitian	Fokus pada konteks bahasa Arab; penelitian ini fokus pada	Fokus penelitian ini pada aspek	Fokus penelitian ini pada konservasi	Tidak membahas	Fokus penelitian ini pada konteks	Fokus pada citra hukum dan publik, bukan	Fokus pada pengaruh	Fokus pada audiens umum, bukan	Fokus penelitian ini pada media daring;	Penelitian ini fokus pada transformasi ruang kota,

	yang dilakukan	komunitas grafiti Indonesia.	psikologis pelaku, bukan komunikasi komunitas.	budaya, bukan dinamika komunikasi komunitas.	graffiti secara langsung.	Sudan, bukan Indonesia.	komunikasi komunitas internal.	ekonomi dan kebijakan kota.	komunitas kreatif.	penelitian sekarang meneliti komunikasi langsung.	bukan pada proses komunikasi internal.
8.	Hasil Penelitian	Grafiti berfungsi sebagai sarana komunikasi simbolik, ekspresi emosi, dan representasi identitas sosial.	Grafiti menjadi sarana katarsis dan penciptaan identitas melalui media visual publik.	Grafiti mencerminkan dialog antara nilai estetika dan moralitas sosial yang kontekstual.	Partisipasi komunitas menciptakan nilai budaya dan solidaritas sosial yang dinamis.	Grafiti berfungsi membangun narasi kolektif dan identitas sosial komunitas.	Grafiti dipandang ambivalen, antara ekspresi seni dan pelanggaran sosial.	Komodifikasi mengubah makna partisipasi menjadi bentuk kolaborasi semi-komersial.	Audiens aktif berperan dalam membangun budaya partisipatif.	Partisipasi daring memperluas jaringan komunikasi dan kolaborasi antaranggota komunitas.	Grafiti berperan sebagai medium resistensi dan simbol identitas kolektif komunitas urban.

2.2 Landasan Konsep

2.2.1 Etnografi Komunikasi

Etnografi komunikasi adalah sebuah pendekatan metodologis yang berakar dalam antropologi linguistik dan berkembang menjadi salah satu tradisi penting dalam ilmu komunikasi. Pendekatan ini dicetuskan oleh Dell Hymes pada akhir tahun 1960-an sebagai respons terhadap keterbatasan linguistik struktural yang hanya memfokuskan perhatian pada sistem bahasa formal tanpa mempertimbangkan konteks sosial penggunaannya. Menurut Hymes (1972), bahasa dan komunikasi harus dipahami sebagai aspek integral dari kehidupan sosial yang terkait erat dengan nilai, norma, dan tradisi suatu komunitas tertentu. Komunikasi, dalam pandangan ini, bukan sekadar transmisi pesan, melainkan cara manusia dalam suatu budaya menjalani dan menegosiasikan kehidupan bersama.

Dalam konteks komunikasi kontempores, West & Turner (2021) menempatkan etnografi komunikasi dalam tradisi sosiokultural yang menekankan bahwa interaksi yang dilakukan oleh manusia sehari-hari sangat bergantung pada pola budaya dan struktur sosial yang telah ada sebelumnya. Tradisi ini mengakui bahwa individu adalah bagian dari kelompok yang lebih besar, yang memiliki aturan dan pola interaksi unik. Dalam tradisi sosiokultural, komunikasi dipahami sebagai proses di mana orang-orang secara bersama-sama memproduksi, memelihara, memperbaiki, dan mengubah realitas sosial mereka (West & Turner, 2021). Penempatan penelitian ini dalam tradisi sosiokultural secara langsung relevan dengan komunitas *Ladies on Wall*, yang dalam aktivitasnya membangun realitas bersama melalui interaksi, norma, dan praktik komunikasi yang khas.

Dalam penelitian ini, etnografi komunikasi tidak diposisikan sebagai teori melainkan sebagai pendekatan metodologis. Sebagai pendekatan, etnografi komunikasi memberikan panduan terperinci bagaimana peneliti diharuskan terlibat secara langsung dalam kehidupan sehari-hari dari suatu komunitas, mengamati komunikasi di dalamnya, dan menafsirkan makna yang dihasilkan dari proses interaksi tersebut. Terdapat konsep-konsep oleh Hymes yang

dijadikan sebagai fondasi analitis yaitu, komunitas tutur, peristiwa komunikasi, dan kompetensi komunikatif. Terdapat juga perangkat analisis yaitu model SPEAKING yang diterapkan pada data lapangan.

a) Tradisi Sosiokultural dan Konteks Komunikasi

West & Turner (2021) mengidentifikasi tujuh tradisi dalam bidang komunikasi, salah satunya adalah tradisi sosiokultural. Tradisi ini berpandangan bahwa komunikasi merupakan proses sosial di mana individu secara bersama-sama membangun dan memelihara realitas sosial melalui bahasa dan tindakan simbolik (p. 29). Lebih dalam, West & Turner (2021) menjelaskan bahwa pada teoretikus sosiokultural menganjurkan agar pendekatan "kamu/saya" atau "kami/mereka" yang bersifat oposisional ditinggalkan. Sebaliknya, ko-kreasi tatanan sosial yang lebih inklusif menjadi tujuan yang lebih bermakna (p. 29). Pandangan ini sangat relevan untuk memahami komunitas *Ladies on Wall*, di mana komunikasi antaranggota secara aktif membentuk dan mempertahankan identitas komunitas sebagai ruang kreativitas bersama.

Berkaitan dengan konteks komunikasi, West & Turner (2021) membedakan tujuh konteks utama dalam penelitian komunikasi yaitu, intrapersonal, antarpersonal, kelompok kecil, organisasi, publik/retorika, massa/media, dan kultural (p. 31). Penelitian ini secara utama berada dalam konteks komunikasi kelompok kecil dan komunikasi komunitas. Konteks komunikasi kelompok kecil relevan karena *Ladies on Wall* beroperasi sebagai kelompok yang terdiri atas anggota yang bekerja bersama mencapai tujuan tertentu dalam hal ini produksi karya grafiti kolektif. Pada saat yang sama, dimensi kultural hadir dalam norma, nilai, dan simbol yang menjadi milik bersama anggota komunitas.

b) Komunitas Tutur (*Speech Community*)

Komunitas tutur (*speech community*) merupakan konsep paling mendasar dalam etnografi komunikasi. Hymes (1972) mendefinisikan komunitas tutur sebagai sekelompok individu yang memiliki aturan bersama tentang

bagaimana cara berkomunikasi, baik berupa norma penggunaan bahasa, kode-kode komunikasi, maupun interpretasi bersama terhadap tindak tutur. Yang menjadi penanda sebuah komunitas tutur bukan sekadar kesamaan bahasa yang digunakan, melainkan kesamaan pemahaman mengenai kapan, bagaimana, kepada siapa, dan dengan cara apa suatu tuturan disampaikan secara tepat.

Saville-Troike (2003) mengembangkan pemikiran Hymes ini dengan menjelaskan bahwa anggota sebuah komunitas tutur berbagi seperangkat aturan dan norma interpretatif yang memungkinkan mereka memahami makna di balik perkataan yang disampaikan. Komunitas tutur tidak harus dibatasi oleh batas geografis atau demografi tertentu, yang lebih menentukan adalah kebersamaan dalam cara berkomunikasi dan kesamaan dalam menginterpretasikan tindak komunikasi. Dalam penelitian ini, *Ladies on Wall* dipahami sebagai komunitas tutur yang memiliki cara berkomunikasi khas baik dalam diskusi tatap muka, koordinasi melalui aplikasi pesan, maupun komunikasi visual melalui karya grafiti yang mereka hasilkan.

c) Situasi, Peristiwa, dan Tindak Komunikasi

Di dalam etnografi komunikasi, terdapat tiga unit analisis bertingkat yaitu, situasi komunikasi, peristiwa komunikasi, dan tindak komunikasi. Ketiga unit ini saling berkaitan dan berhubungan, di mana tindak komunikasi adalah bagian yang paling kecil dan situasi adalah bagian paling luas Hymes (1972).

Pertama, situasi komunikasi adalah latar atau konteks yang lebih luas di mana serangkaian peristiwa proses komunikasi berlangsung. Dalam hal ini contohnya adalah kegiatan pengerjaan mural di suatu lokasi tertentu. Situasi ini memiliki ciri fisik (lokasi, waktu, cuaca), sosial (siapa saja yang hadir), dan budaya (norma yang berlaku). Ketiga hal tersebut akan membingkai seluruh interaksi dan komunikasi yang terjadi di dalamnya.

Kedua, peristiwa komunikasi (*communication event*) atau yang menjadi unit analisis utama dalam etnografi komunikasi. Sebuah peristiwa komunikasi ditandai oleh kesatuan tujuan, peserta, topik, dan norma yang mengatur interaksi. Contohnya adalah diskusi penentuan tema dari karya, rapat pembagian peran dalam sebuah *event*, atau sesi koordinasi melalui grup *WhatsApp*. Setiap peristiwa memiliki batas yang relatif jelas dan dapat dianalisis secara terpisah menggunakan model SPEAKING.

Ketiga, tindak komunikasi (*communicative act*) adalah unit analisis yang paling kecil, yaitu satu tindakan tutur atau rangkaian tindakan tutur yang bermakna dalam konteks peristiwa. Contohnya adalah pertanyaan dari seorang anggota mengenai bagian mural yang akan dikerjakannya, atau respons dari koordinator yang memberikan arahan. Tindak komunikasi ini hanya dapat dipahami maknanya dalam konteks peristiwa yang lebih besar.

d) Kompetensi Komunikatif

Istilah kompetensi komunikatif (*communication competence*) dicetuskan oleh (Hymes, 1972) untuk menyebut kemampuan individu menggunakan bahasa secara tepat berdasarkan konteks situasional dan budaya tempat mereka berkomunikasi. Berbeda dari kompetensi linguistik yang hanya mencakup penguasaan tata bahasa, kompetensi komunikatif mencakup pengetahuan tentang kapan harus berbicara, kapan diam, apa yang harus dikatakan, kepada siapa, bagaimana, dan dengan tujuan apa. Saville-Troike (2003) menjelaskan bahwa kompetensi komunikatif memiliki tiga dimensi utama: pengetahuan linguistik (kosakata, tata bahasa), pengetahuan interaksional (norma percakapan, giliran bicara), dan pengetahuan kultural (nilai-nilai yang mendasari komunikasi).

Dalam konteks *Ladies on Wall*, kompetensi komunikatif terwujud dalam kemampuan anggota memilih cara penyampaian pendapat yang tepat, kapan menyampaikan kritik secara langsung, kapan melalui

koordinator, atau kapan melalui komunikasi personal berdasarkan pemahaman mereka terhadap norma dan relasi sosial dalam komunitas.

e) Norma Interaksi dan Norma Interpretasi

Hymes (1972) membedakan norma interaksi dan norma interpretasi sebagai berikut.

Norma interaksi mengacu pada aturan yang mengatur perilaku dalam percakapan, seperti siapa yang berbicara lebih dulu, bagaimana cara menyampaikan ketidaksetujuan, atau bagaimana cara mengakhiri sebuah diskusi. Norma interpretasi, di sisi lain, merujuk pada kesepakatan komunitas mengenai cara menafsirkan makna dari sebuah ujaran atau tindakan. Kedua jenis norma ini, yang sering kali tidak tersurat, menjadi bagian penting dari apa yang mengikat anggota sebuah komunitas tutur.

Dalam penelitian ini, norma interaksi dan norma interpretasi dalam *Ladies on Wall* menjadi salah satu aspek yang ditelusuri melalui observasi dan wawancara. Misalnya, apakah ada norma tidak tertulis mengenai cara anggota menyampaikan kritik terhadap ide orang lain? Atau bagaimana makna "diam" dalam diskusi komunitas ditafsirkan oleh anggota sebagai bentuk persetujuan, ketidaksetujuan, atau ketidakpahaman?

f) Model SPEAKING

Untuk menganalisis komunikasi secara sistematis, Hymes (1974) mengembangkan model SPEAKING dengan merangkum delapan komponen komunikasi sebagai berikut.

S- Setting and Scene yang merupakan komponen utama dan meliputi dua aspek. *Setting* merujuk pada lokasi fisik dan waktu terjadinya komunikasi seperti lokasi pengerjaan mural atau yang lebih sering disebut *spot*. Sedangkan, *scene* merujuk pada atmosfer psikologis dan sosial dari interaksi apakah berlangsung dalam suasana formal, santai, tegang, atau penuh semangat kreatif. Pengetahuan tentang setting dan scene penting untuk memahami mengapa cara berkomunikasi dalam kegiatan *jamming*

(menggambar bersama di ruang publik) berbeda dengan cara berkomunikasi dalam rapat koordinasi daring.

P-Participants adalah komponen yang mencakup individu yang turut terlibat dalam peristiwa komunikasi seperti, pembicara, pendengar, dan pihak-pihak yang mungkin tidak secara aktif berinteraksi namun hadir dan dapat menjadi pengaruh dalam dinamika komunikasi. Dalam konteks *Ladies on Wall*, analisis ini mencakup pendiri, panitia pada proyek, anggota senior, dan anggota yang bergabung lebih belakangan, serta bagaimana posisi dan peranan masing-masing memengaruhi pola interaksi.

E-Ends merujuk pada tujuan-tujuan dari komunikasi yang terjadi, baik itu terjadi secara tersurat yang tujuannya dinyatakan langsung oleh peserta, maupun yang tersirat. Perbedaan ini menjadi penting karena tujuan yang secara resmi disebutkan (misalnya: menentukan konsep mural) dapat berbeda dari fungsi aktual komunikasi (misalnya: memperkuat kohesi kelompok).

A- Act Sequence Komponen ini merujuk pada urutan dan organisasi tindak-tanduk komunikasi dalam sebuah peristiwa. Hal ini termasuk bagaimana sebuah proses diskusi dimulai, bagaimana giliran untuk berbicara dikelola, serta bagaimana pendapat di ajukan dan ditanggapi. Analisis urutan tindak ini membantu memahami struktur dan logika internal dari sebuah peristiwa komunikasi.

K- Key adalah komponen yang merujuk pada nada, semangat, atau cara sebuah komunikasi disampaikan. Apakah serius atau bercanda, formal atau santai, tegang atau mendukung? Komponen ini membantu peneliti memahami bagaimana makna tindak komunikasi yang sama dapat berbeda tergantung pada *key* yang digunakan. Kritik yang disampaikan dengan nada ringan dan humor, misalnya, akan diterima berbeda dari kritik yang disampaikan dengan nada serius.

I – Instrumentalities adalah komponen ini mencakup saluran komunikasi (tatap muka, tertulis, visual, digital) dan ragam atau kode

bahasa yang digunakan (bahasa formal, informal, teknis, slang komunitas). Dalam komunitas *Ladies on Wall*, analisis ini termasuk penggunaan *WhatsApp* untuk koordinasi, percakapan tatap muka saat pengerjaan mural, serta ekspresi visual melalui karya grafiti itu sendiri.

N – *Norms*, komponen ini mencakup norma interaksi dan norma interpretasi. Ini adalah aturan-aturan (tersurat maupun tersirat) yang mengatur bagaimana peserta seharusnya berkomunikasi dan bagaimana tindak komunikasi seharusnya ditafsirkan.

G – *Genre*: Komponen terakhir merujuk pada kategori atau tipe wacana yang dikenali oleh anggota komunitas. Dalam *Ladies on Wall*, genre komunikasi dapat mencakup: *briefing* proyek (penjelasan teknis sebelum pengerjaan mural), diskusi konseptual (negosiasi ide dan tema), evaluasi pasca-kegiatan, sesi *mentoring* informal (berbagi pengetahuan teknis), dan percakapan santai di sela pengerjaan karya. Setiap genre memiliki ciri, konvensi, dan norma yang khas.

2.2.2 Budaya Partisipatif

Konsep budaya partisipatif dikembangkan oleh Henry Jenkins sejak pertengahan tahun 1990-an yang sampai saat ini telah mengalami elaborasi yang signifikan. Jenkins et al. (2009), mendefinisikan budaya partisipatif sebagai suatu budaya yang ditandai dengan hambatan partisipasi yang relatif rendah terhadap ekspresi artistik dan keterlibatan sipil, dukungan yang kuat untuk menciptakan dan berbagi karya kreatif, adanya pendampingan informal dari anggota yang lebih berpengalaman, keyakinan anggota bahwa kontribusi mereka memiliki arti, dan rasa keterhubungan sosial antara satu sama lain.

Jenkins et al. (2009) menegaskan bahwa budaya partisipatif bukanlah sebuah atribut teknologi dan bukan tentang platform daring tertentu, melainkan tentang hubungan antara teknologi, komunitas, dan praktik. Yang artinya konsep ini dapat diterapkan pada komunitas yang beraktivitas di ruang fisik sekalipun, asalkan memenuhi karakteristik-karakteristik yang telah dipaparkan. Relevansinya dengan komunitas grafiti seperti *Ladies on Wall*

terletak pada kenyataan bahwa anggota komunitas ini tidak hanya menikmati karya, melainkan secara aktif memproduksi, berkolaborasi, berbagi, dan membangun makna bersama melalui praktik komunikasi.

Dalam edisi yang lebih baru, Jenkins et al. (2016) menegaskan bahwa budaya partisipatif telah bergeser dari fokus pada ekspresi individual menuju praktik partisipasi yang lebih erat terkait dengan tujuan sosial dan kolektif. Partisipasi dipahami bukan semata dalam arti kehadiran atau kontribusi teknis, melainkan sebagai keterlibatan aktif dalam produksi makna, pengambilan keputusan, dan pembentukan identitas komunitas.

a) Lima Karakteristik Budaya Partisipatif

Jenkins et al. (2009) menjelaskan bahwa budaya partisipatif memiliki lima karakteristik utama sebagai berikut.

Pertama, hambatan partisipasi yang relatif rendah (*relatively low barriers to artistic expression and civic engagement*). Karakteristik ini merujuk pada kondisi di mana anggota baru dapat bergabung dan berpartisipasi tanpa harus memenuhi persyaratan yang eksklusif atau terlalu ketat. Ini bukan berarti tidak ada hambatan sama sekali keterampilan teknis, modal sosial, waktu, dan biaya tetap merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan, melainkan bahwa komunitas secara aktif berupaya menurunkan hambatan tersebut agar partisipasi dapat lebih inklusif. Dalam konteks komunitas grafiti, hambatan artistik dapat berupa penguasaan teknik melukis, sedangkan hambatan sosial dapat berupa keberanian untuk menyampaikan ide di depan anggota senior.

Kedua, dukungan kuat untuk menciptakan dan berbagi karya (*strong support for creating and sharing creations with others*). Komunitas yang memiliki budaya partisipatif menyediakan lingkungan yang mendukung bagi anggotanya untuk menciptakan karya dan berbagi karya tersebut dengan orang lain. Dukungan ini dapat berwujud apresiasi, umpan balik konstruktif, akses terhadap sumber daya, atau sekadar kehadiran dalam kegiatan kreatif. Yang membedakannya dari lingkungan biasa adalah

bahwa kegiatan kreatif dianggap sebagai kontribusi kepada komunitas, bukan semata pencapaian individual.

Ketiga, pendampingan informal (*some type of informal mentorship*). Karakteristik ini merujuk pada keberadaan hubungan pendampingan yang berlangsung secara alami dan tidak formal di antara anggota yang berbeda tingkat pengalaman. Anggota yang lebih berpengalaman berbagi pengetahuan, keterampilan, dan norma komunitas kepada anggota yang lebih baru, bukan melalui program formal yang terstruktur, melainkan melalui interaksi sehari-hari. Penting untuk diperhatikan bahwa pendampingan ini tidak selalu berjalan merata. Ia sangat bergantung pada kedekatan personal, akses terhadap kegiatan, dan relasi senioritas dalam komunitas.

Keempat, keyakinan bahwa kontribusi memiliki arti (*members who believe that their contributions matter*). Anggota komunitas yang berbudaya partisipatif memiliki keyakinan bahwa apa yang mereka sumbangkan seperti ide, tenaga, waktu atau karya, benar-benar memengaruhi komunitas secara keseluruhan. Keyakinan ini berfungsi sebagai motivasi intrinsik yang mendorong keterlibatan berkelanjutan. Namun, penting untuk membedakan antara kesempatan untuk berkontribusi dengan pengaruh nyata terhadap keputusan kolektif, keduanya tidak selalu setara dalam satu komunitas.

Kelima, rasa keterhubungan sosial (*members who feel some degree of social connection with one another*). Anggota komunitas partisipatif merasakan ikatan sosial yang bermakna satu sama lain, yang melampaui sekadar hubungan fungsional dalam menyelesaikan tugas. Keterhubungan ini menciptakan iklim kepercayaan dan solidaritas yang, pada gilirannya, mendukung partisipasi yang lebih terbuka dan berani. Dalam praktiknya, tingkat keterhubungan sosial tidak selalu merata di antara seluruh anggota. Ia cenderung lebih kuat di antara anggota yang lebih sering berinteraksi, memiliki kedekatan personal, atau terlibat dalam proyek bersama.

b) Empat Bentuk Budaya Partisipatif

Jenkins et al. (2009) mengidentifikasi empat bentuk utama budaya partisipatif berdasarkan jenis keterlibatan yang memungkinkan terjadinya interaktivitas di antara anggota komunitas.

Affiliations (keterlibatan/keanggotaan): Bentuk ini merujuk pada keterlibatan individu dalam komunitas, baik secara formal maupun informal, yang terpusat pada berbagai jenis media dan aktivitas bersama. Dalam konteks *Ladies on Wall*, *affiliations* terwujud melalui keanggotaan dalam komunitas, partisipasi dalam grup komunikasi daring, kehadiran dalam kegiatan bersama, dan identifikasi diri sebagai bagian dari komunitas grafiti perempuan.

Expressions (ekspresi kreatif): Bentuk ini berkaitan dengan aktivitas menciptakan karya baru baik secara individual maupun kolektif yang menjadi kontribusi anggota kepada komunitas. Dalam *Ladies on Wall*, *expressions* terwujud melalui produksi karya mural bersama, pembuatan desain, pengembangan konsep visual, dan ekspresi artistik yang mencerminkan identitas komunitas.

Collaborative Problem-Solving (pemecahan masalah kolaboratif): Bentuk ini merujuk pada kerja sama anggota komunitas untuk menyelesaikan tantangan bersama dan mengembangkan pengetahuan kolektif. Dalam *Ladies on Wall*, ini dapat terwujud melalui koordinasi teknis dalam proyek mural, negosiasi konsep dan pembagian bidang gambar, penyelesaian miskomunikasi, serta perencanaan logistik kegiatan.

Circulations (sirkulasi): Bentuk ini menggambarkan kegiatan yang sengaja membangun arus informasi dalam komunitas berupa dokumentasi karya, menyebarkan informasi kegiatan, atau mendistribusikan pengetahuan teknis. Dalam konteks *Ladies on Wall*, *circulations* dapat terwujud melalui berbagi foto dan video karya di media sosial komunitas, meneruskan informasi proyek dalam grup *WhatsApp*, atau mendokumentasikan proses pengerjaan mural.

2.2.3 Komunitas Grafiti sebagai Komunitas Budaya

a) Grafiti sebagai Praktik Komunikasi

Grafiti adalah praktik seni visual yang dilakukan di ruang publik dan membawa serta pesan-pesan sosial, identitas, dan budaya. Grafiti bukan sekadar produk estetika. Grafiti adalah sistem komunikasi yang kompleks yang melibatkan pemakaian ruang, waktu, dan simbol. Menurut Avramidis & Tsilimpounidi (2016), komunitas grafiti membangun sistem nilai, simbol, dan struktur sosial yang khas, yang sering kali berbeda dari norma-norma masyarakat arus utama.

Dalam penelitian ini, komunitas grafiti dipahami sebagai komunitas budaya yang beragam, yang dapat menjalankan kegiatan legal dan ilegal, komersial dan non-komersial, tergantung pada konteks dan tujuan.

Dalam komunitas grafiti, identitas kelompok dibangun melalui sistem tanda dan bahasa visual yang khas. Penggunaan *tag name*, nama kru, gaya visual tertentu, serta pilihan lokasi dan medium berfungsi sebagai simbol komunikasi internal sekaligus pernyataan eksistensi di ruang publik. Sistem simbolik ini membentuk pola komunikasi yang unik karena pesan disampaikan tidak semata melalui kata-kata, melainkan melalui simbol visual yang sarat makna sosial dan membutuhkan kompetensi komunikatif tertentu untuk dapat ditafsirkan secara tepat.

b) Norma dan Struktur Sosial Komunitas Grafiti

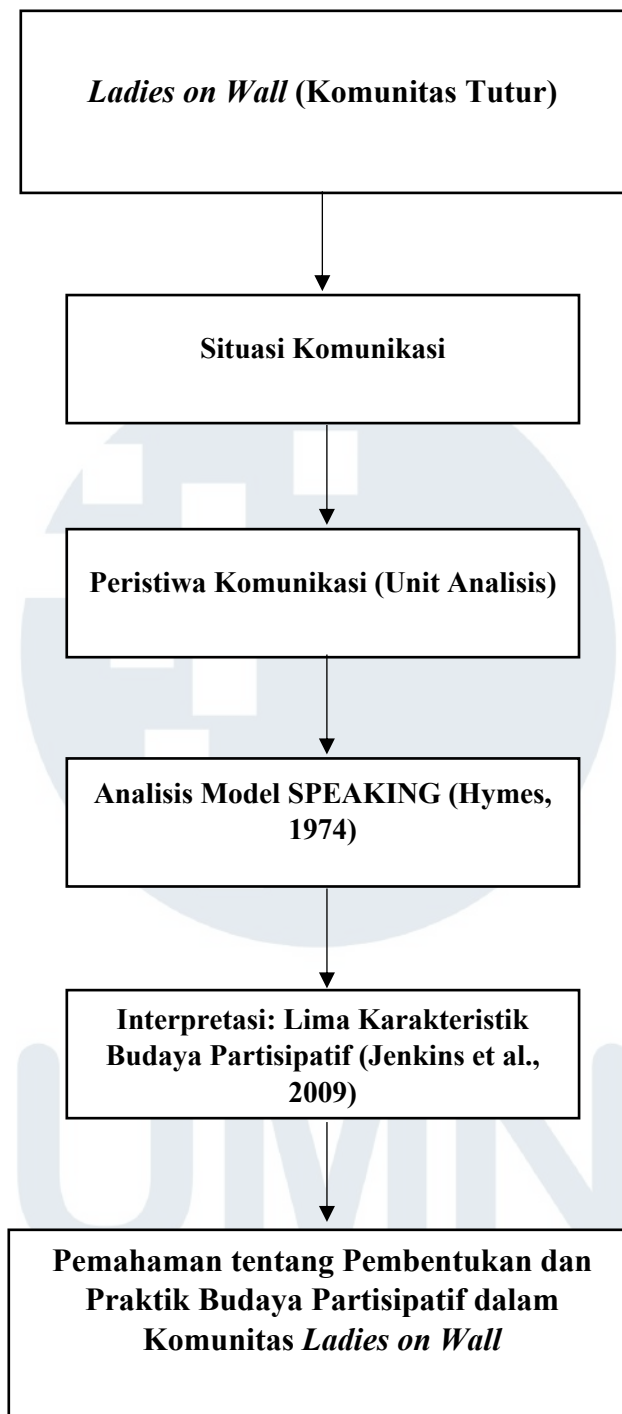
Komunitas grafiti memiliki struktur sosial informal yang diatur oleh norma dan etika tertentu. Norma-norma ini umumnya bersifat tidak tertulis dan diwariskan melalui interaksi antaranggota. Norma tersebut mencakup aturan mengenai pilihan lokasi (*spot*), penghargaan terhadap karya orang lain, hierarki berdasarkan keterampilan dan pengalaman, serta cara berkolaborasi dalam proyek bersama. Norma-norma ini menjadi bagian integral dari komunikasi internal komunitas yang menjaga kohesi sosial dan keberlangsungan identitas komunitas.

c) Komunitas Grafiti Perempuan: *Ladies on Wall*

Ladies on Wall adalah komunitas grafiti yang seluruh anggotanya adalah perempuan, yang berdiri dan berkembang di wilayah Jabodetabek, Indonesia. Komunitas ini memiliki karakter yang khas sebagai ruang kreatif bagi perempuan dalam sebuah praktik seni yang secara historis didominasi oleh laki-laki. Keberadaan komunitas ini mencerminkan kebutuhan akan ruang yang aman (*safe space*) bagi perempuan untuk mengekspresikan kreativitas, membangun jejaring, dan berkembang secara teknis maupun artistik tanpa harus berhadapan dengan hambatan berbasis gender yang sering ditemui dalam komunitas campuran.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini disusun berdasarkan hubungan analitis antara dua kerangka konseptual utama yaitu, etnografi komunikasi (Hymes, 1972:1974) dan budaya partisipatif (Jenkins et al., 2009). Kedua kerangka ini tidak digunakan secara terpisah, melainkan saling melengkapi dalam proses analisis: model SPEAKING digunakan untuk mengurai struktur dan konteks peristiwa komunikasi, sedangkan karakteristik budaya partisipatif digunakan untuk menafsirkan bagaimana praktik komunikasi tersebut memungkinkan, membentuk, atau membatasi partisipasi anggota dalam komunitas.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran