

FORMART MAGAZINE

**(Produksi Majalah Tentang Proses Kreatif *Street Art* dan Penguatan Eksistensi
Komunitas *Street Art* di Yogyakarta)**



NASKAH PUBLIKASI

**Disarikan dari Skripsi yang diajukan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam
Indonesia**

Oleh

Azka Destriawan

13321001

Ali Minanto, S.Sos., MA

NIDN. 0510038001

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta**

2018

NASKAH PUBLIKASI

FORMART MAGAZINE

**(Produksi Majalah Tentang Proses Kreatif *Street Art* dan Penguatan Eksistensi
Komunitas *Street Art* di Yogyakarta)**



20 APR 2018

Telah disahkan oleh dosen pembimbing skripsi pada

Ali Minanto, S.Sos., MA
NIDN. 0510038001

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA
NIDN. 0516087901

FORMART MAGAZINE
**(Produksi Majalah Tentang Proses Kreatif *Street Art* dan Penguatan Eksistensi
Komunitas *Street Art* di Yogyakarta)**

Azka Destriawan

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

Ali Minanto, S.Sos., MA

Staff pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

ABSTRAKSI

Yogyakarta dikenal sebagai kota seni yang memiliki beranekaragaman kesenian. Bukan hanya wayang ataupun kesenian tradisional, melainkan seni rupa kontemporer di ruang public yang biasa di sebut *street art*. Mulai dari graffiti, mural, poster, hingga instalasi yang merespon dari keresahan masyarakat dan fenomena yang terjadi dilingkungan sekitar untuk menyuarakan sesuatu di ruang publik. Melalui dinding dingin kota, artis *street art* menyuarakan aspirasi masyarakat sebagai bentuk perlawanan, namun *street art* kerap menjadi sesuatu yang illegal sebagai bentuk dari vandalisme, bahkan menjadi suatu kegiatan kriminal karena merusak dan mengotori ruang publik.

Projek karya ini merupakan pembuatan media cetak berjenis majalah yang memiliki 10 rubrik dengan jumlah 40 halaman. Projek majalah dipilih karena sesuai dengan tujuan dari tema ini, yaitu menyampaikan informasi mengenai wacana, proses kreatif dan dinamika *street art* di Yogyakarta. Dengan memiliki 10 rubrik didalam majalah dan menampilkan gambar-gambar *street art* membuat media ini sesuai untuk konten *street art*, sehingga pesan akan lebih mudah dimengerti oleh pembaca.

Pembuatan majalah ini mencoba untuk memberikan informasi dan mengupas kultur *street art* kepada masyarakat akan wacana, proses kreatif dan pergerakan atau dinamika *street art* di Yogyakarta. Dengan mengupas kultur *street art* di Yogyakarta yang memiliki peran penting dalam lingkungan sekitar, diharapkan akan bermanfaat bagi pembaca mengenai *street art* di Yogyakarta.

Kata kunci : *Street Art, Ruang Publik, Majalah*

ABSTRACT

Yogyakarta is known as a city of art that has a variety of arts. Not only wayang or traditional arts, but contemporary art in public space which is called street art. Starting from graffiti, murals, posters, to installations that respond to public unrest and phenomena that occur in the surrounding environment to voice something in the public space. Through the city's cool walls, street art artists voiced the aspirations of the community as a form of resistance, but street art often becomes something illegal as a form of vandalism, even becoming a criminal activity for destroying and polluting the public space.

This work project is the making of print media type magazine that has 10 rubric with amount 40 page. The magazine project was chosen for the purpose of this theme, which conveys information about discourse, creative process and street art dynamics in Yogyakarta. With memeiliki 10 rubrics in the magazine and displays street art images make this media suitable for street art content, so the message will be more easily understood by the reader.

Making this magazine trying to provide information and peel the street art culture to the public will the discourse, creative process and movement or dynamics of street art in Yogyakarta. By peeling the street art culture in Yogyakarta which has an important role in the environment, it is expected to be useful for readers about street art in Yogyakarta.

Keywords: *Street Art, Public Space, Magazine*

PENDAHULUAN

Yogyakarta dikenal sebagai kota seni yang memiliki beranekaragaman kesenian. Bukan hanya wayang ataupun kesenian tradisional, melainkan seni rupa kontemporer di ruang public yang biasa di sebut *street art*. Mulai dari graffiti, mural, poster, hingga instalasi yang merespon dari keresahan masyarakat dan fenomena yang terjadi dilingkungan sekitar untuk menyuarakan sesuatu di ruang publik. Melalui dinding dingin kota, artis *street art* menyuarakan aspirasi masyarakat sebagai bentuk perlawanan, namun *street art* kerap menjadi sesuatu yang illegal sebagai bentuk dari vandalisme, bahkan menjadi suatu kegiatan kriminal karena merusak dan mengotori ruang publik.

Kebudayaan khas yang lekat dengan masyarakat menjadikan daerah Yogyakarta menjadi daerah yang sangat menjaga keistimewaannya. Masyarakat sangat menjaga gelar kota atau daerah istimewa yang dibentuk oleh Sri Sultan Hamengkubuwana X, tetapi seiring perkembangan zaman yang lebih modern membuat masyarakat takut akan budaya yang hilang. Masyarakat khususnya remaja mulai gelisah dengan banyaknya gedung gedung tinggi, arpatement, dan billboard yang menumpuk di perempatan jalan serta pengusuran lahan untuk dijadikan bangunan pencakar langit semakin banyak.

Kegelisahan tersebut membuat remaja remaja berfikir kritis terhadap daerahnya, mereka menuangkan aspirasinya melalui dinding kota dengan membuat pesan visual kritis, *street art* salah satunya. Mungkin dengan cara graffiti dan mural mereka menuangkan aspirasi atau pesan melalui gambar atau tulisan mereka agar didengar oleh petinggi petinggi kota serta investor.

Street art merupakan kegiatan seni jalanan yang memiliki sebuah pesan dalam bentuk tulisan ataupun gambar. Dalam *street art* memiliki berbagai seni didalamnya seperti seni grafiti, poster jalanan, *stencil*, graffiti, mural, *sticker art*, video proyeksi, dan instalasi jalan. Grafiti berasal dari bahasa Italia yaitu "*graffito-graffiti*" yang diartikan sebagai coretan atau gambar pada dinding. *Graffito* juga dianggap berkaitan dengan kata "*graphein*" dalam bahasa Yunani yang berarti menulis.¹

Mural merupakan salah satu lukisan dinding atau lukisan berukuran besar dalam media cat yang terdapat pada dinding. Seperti artinya, mural yang berasal dari bahasa Latin "*murus*" yang berarti tembok, yang memanfaatkan media datar dan luas dengan

¹ Sudjadi Tjipto Rahardjo "Wujud Graffiti Sebagai Media Jalanan" (Jurnal, Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi, Yogyakarta, 2010) (akses, 14 Maret 2017)

menggunakan cat untuk mengekspresikan oleh senimannya. Pada peradaban manusia zaman dulu, manusia sudah melakukan aktivitas mural yaitu melukis pada dinding goa yang mempunyai karakteristik kuat, yang menggambarkan sebuah ritual pada zamannya². Di Yogyakarta, *street art* berkembang sebagai salah satu seni jalanan yang dianggap sebagai keindahan kota yang artistik dan juga menuangkan pesan kritik politik ataupun sosial terhadap ketakutan masyarakat dengan hilangnya gelar istimewa karena kota yang sudah gaduh

Street art kerap di pandang sebelah mata, merusak lingkungan dan mengotori dinding, tetapi hal ini sangat unik, di balik seni ini terdapat pesan pesan kritis yang dibalut dalam media gambar atau tulisan dengan menggunakan cet dalam dinding yang berukuran besar. Hal itulah cara *street artist* melakukan komunikasi non verbal dengan cara melukis yang bermaknakan pesan kritis. Pada tahun 2000-an pemerintah Yogyakarta mendukung gerakan *street art* untuk menuangkan aspirasi ruang public kepada masyarakat, tetapi pada tahun 2014 *street artist* menjadi direpresi karena ancaman penangkapan dari Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) bahkan ada juga kelompok sipil khusus untuk menekan *street artist*. Hal itu terbukti bahwa masih banyak yang belum mengetahui pengetahuan akan seni mural baik masyarakat maupun pemerintah.

Melihat fenomena ini yang membuat saya tertarik menjadikannya sebuah proyek dengan membuat media majalah tentang *street art* di Yogyakarta agar masyarakat dapat mengetahui sisi positif dibalik *street art* dan eksistensinya di Yogyakarta. Pemilihan media majalah merupakan media yang tepat, karena majalah memiliki visual grafik yang dapat mengedukasi sekaligus menghibur. Dalam proyek majalah ini mencakup pesan menarik yang akan dibahas, seperti proses kreatif *street art* dan tingkat eksistensi *street art* itu sendiri di kota Yogyakarta.

Bentuk fisik dari media tersebut membuat majalah banyak diminati, terdapatnya berita, foto, rubrikasi dan pembahasan yang menarik membuat banyak remaja yang ingin mencari bahkan mengkoleksi. Terdapatnya visual yang berbentuk fisik membuat pembaca dapat melihat, memegang lebih lama menjadikan kepuasan tersendiri oleh pembaca. Selain itu majalah dapat memberi wadah bagi para seniman ilustrator, penulis dan fotografi untuk berkontribusi dalam proses pembuatan majalah. Walaupun majalah di Indonesia banyak

² Cia Syamsiar "Bentuk dan Strategi Perupa Mural di Ruang Publik" (Jurnal, Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Surakarta, surakarta, 2009) (Akses, 1 Oktober Pukul 13.20)

yang beralih ke *online*, hal itu membuat penulis mendapatkan peluang bagi pencinta majalah cetak untuk dapat mendapatkan kembali rilisan majalah cetak.

Kurangnya rilisan majalah cetak mengenai seni kontemporer membuat penulis mendapatkan peluang tambahan, keberagaman seni kontemporer yang terdapat di Indonesia yang beragam menjadi nilai tersendiri bagi penggiat seni maupun penikmat seni. Seperti *Juxtapoz Magazine* yang berasal dari California merupakan majalah cetak yang membahas mengenai kesenian dalam cakup Internasional, hal itu membuat *Juxtapoz* menjadi media yang sangat di gemari oleh penikmat seni dan menjadi media yang diakui oleh para pelaku seni..

Banyaknya peluang bagi penulis untuk memproduksi majalah mengenai street art ini menjadikan alasan yang sangat tepat untuk memberikaan pesan informatif mengenai wacana *street art*, proses kreatif *street art*, dinamika, dan penguatan eksistensi *street art* di kota Yogyakarta dalam sebuah rubrik, berbentuk fisik dan dikemas secara menarik. Diharapkan majalah ini dapat menjadi media eksistensi bagi para pelaku seni dan dapat menampilkan pesan edukasi bagi para pembaca untuk semua kalangan, dari penikmat seni maupun masyarakat yang awam akan kesenian street art di Yogyakarta dan menciptakan peluang di dunia majalah cetak Indonesia yang membahas mengenai seni urban kontemporer .

Rumusan Masalah

1. Bagaimana produksi majalah dapat menampilkan wacana *street art* di Yogyakarta ?
2. Bagaimana produksi majalah dapat menampilkan proses kreatif *street art* di Yogyakarta ?
3. Bagaimana produksi majalah dapat meningkatkan eksistensi dan dinamika *street art* Yogyakarta?

Ide penciptaan

Projek majalah yang menampilkan bagaimana wacana, proses kreatif, dan dinamika *street art* di Yogyakarta yang menjadikan ciri khas tersendiri bagi kota seni yaitu Yogyakarta. Selain itu juga mengikat eksistensi dan edukasi *street art* untuk masyarakat

Tujuan

- a. Mengetahui wacana *street art* di Yogyakarta
- b. Mengetahui proses kreatif dalam pembuatan *street art* dengan adanya pesan-pesan yang disampaikan di setiap karya
- c. Mengidentifikasi eksistensi dan dinamika *street art* di Yogyakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Dari penelitian yang dibuat oleh Ade Puspa Pratama yang berjudul “Pembentukan identitas Yogyakarta sebagai kota mural”. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan perjalanan komunitas Jogja Mural Forum melakukan aksi mural pada ruang publik di kota Yogyakarta serta mendeskripsikan proses pembentukan mural sebagai identitas kota Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling.³

Penelitian tersebut mengembangkan komunitas Jogja Mural Forum terhadap identitas kota Yogyakarta sebagai kota mural. Proyek ini berbeda dengan penelitian tersebut, karena proyek ini akan mengenali lebih luas kepada masyarakat tentang proses kreatif *street art* dan penguatan eksistensi *street art* di kota Yogyakarta, agar seni jalanan di ruang publik ini dapat mengedukasi masyarakat lebih dalam mengenai *street art*.

Kerangka Pemikiran

a. Street Art

. *Street art* lahir dari respon akan terjadinya suatu permasalahan dalam lingkungan sekitar dan melahirkan suatu kelompok yang berkesenian di ruang publik dengan kebebasan dalam berekspresi. *Street art* mampu membuat pandangan bahwa seni bukan hanya ada di

³ Ade Puspa Pratama “Pembentukan identitas Yogyakarta sebagai kota mural”. (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta) (Akses 5 June 2016)

pagelaran yang eksklusif saja namun dapat terjadi diruang publik dengan estetika tersendiri dan dinikmati oleh khalayak umum. Tujuan dari *street art* biasanya menunjukkan ekspresi berkesenian, perlawanan kepada politik, perlawanan kepada lingkungan sekitar hingga ajang eksistensi.

b. Literasi media

Literasi media merupakan cara agar masyarakat dapat terhindar dalam dampak negatif dalam suatu media, selain itu literasi dapat mengingatkan kita akan bahaya dampak dari media dikarenakan kurangnya informasi mengenai media dalam memahami realitas dibalik media itu sendiri. Oleh karena itu munculnya pemahaman literasi media membuat masyarakat agar lebih bisa melek akan suatu media tanpa terpengaruh dampak dari media dan juga dapat memanfaatkan suatu media untuk dapat berfikir secara kritis dan bijak. Terkadang tanpa disadari dampak dari media kita rasakan di dalam alam bawah sadar suatu individu, dan ketidak sadaran itu membuat perubahan yang negatif dari hasil informasi yang kita terima tanpa adanya literasi media.

c. Media dan Eksistensi Komunitas

Dalam hal ini, komunitas *street art* di Yogyakarta termasuk dalam komunitas psikologis yang mempunyai minat sama, identitas yang sama, kepentingan, atau atas kepedulian suatu kepentingan yang sama⁴. Orang menyukai seni lukis dalam media besar seperti mural akan berkumpul dan membentuk kelompok karena menyukai hal yang sama yaitu mural. Majalah merupakan salah satu media massa yang menggabungkan ilmu pengetahuan, keterampilan dan seni karena ada beberapa tektik pembuatan yang harus mempunyai keterampilan khusus.⁵ Produksi majalah untuk meningkatkan ekseistensi komunitas mural diharapkan menjadi produksi yang tepat dan menyampaikan tujuan kepada sasaran khayalak. Majalah merupakan media yang paling simpelorganisasinya, relatif lebih mudah mengelolanya, serta tidak membutuhkan modal yang banyak.

Majalah juga dapat diterbitkan oleh suatu kelompok masyarakat, mereka dapat dengan leluasa mendesain sedemikian rupa bentuk, konten, jenis dan sasaran khalayak

⁴ Effendi Gazali, *Penyiaran Alternatif Tapi Mutlak : Acuan Tentang Penyiaran Publik dan Komunitas* (Jakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia, 2002) hal 71 (akses 22 April 2018)

⁵ Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007) (akses 22 April 2018)

dengan luwes.⁶ Majalah merupakan media massa/cetak yang mampu bertahan lama dibandingkan dengan koran, karena majalah mempunyai karakteristik yang mampu membuat pembaca berminat, dari mulai isinya yang mendidik serta menghibur⁷. Berita dalam majalah dibuat dengan sentuhan desain dan visual yang membuat majalah jadi menarik.

d. Resistensi

Dalam kehidupan sehari-hari banyak menemukan beberapa konflik serta perlawanan yang terjadi di lingkungan sekitar, untuk melindungi diri sendiri atau kelompok dari sebuah ancaman, mulai dari perlawanan terang-terangan hingga sembunyi-sembunyi. Resistensi merupakan suatu tindakan perlawanan atau mementang akan suatu hal yang sedang terjadi. Resistensi juga dapat diartikan sebagai bentuk perlawanan dalam sehari-hari yang dilakukan oleh kelompok tertindas.⁸ Resistensi timbul karena adanya rasa kecurigaan, ancaman, ketidakpastian, ketakutan, dan ketidaknyamanan. Dalam resistensi meliputi beberapa fase yang dilakukan yaitu fase pergerakan, fase membangun kesadaran, fase membangun pergerakan, fase mempengaruhi suatu kalangan atau kelompok, dan fase pencapaian.

Deskripsi Rancangan Karya

Projek ini berbentuk karya majalah, majalah ini bernama "*FORMART MAGZ*" yang dimana nama judul ini diambil dari dua kombinasi dengan kata form (tempat) dan art (seni) yang diharapkan dengan adanya majalah ini sebagai tempat mengulasnya sebuah kultur kesenian urban kontemporer menginspirasi pembaca untuk membuat karya. Majalah ini berisi proses kreatif seni *street art*, dan meningkatkan eksistensi *street art* di Yogyakarta

Majalah *FORMART* mempunyai nilai pembelajaran dalam setiap rubrikasinya seperti seni publik (*street art*) dari pelaku *street art*, karya *street art* beserta filosofi, dan segala yang berhubungan dengan *street art*. Majalah ini mempunyai 10 rubrik dengan total halaman 40 halaman dan mempunyai rubrik diluar tema *street art* yang bersifat pelengkap

⁶ Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala, *Komunikasi Mass Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004) (akses 22 April 2018)

⁷ Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1992) hal 108 (akses 22 April 2018)

⁸ James Scott, *Moral Ekonomi Petani* (Jakarta : LP3ES, 1981) hal 302 (akses 21 Februari 2018)

dan variatif , gunanya agar pembaca juga dapat mendapat informasi diluar mural dan membuat pembaca tidak akan bosan dengan isi majalah.

Majalah ini menggunakan bahan/matrial kertas *art papper* 120grm untuk isi dan bahan *ivory* 150grm untuk cover dan back cover , ber ukuran A4 (21x29.7cm) dengan tampilan full color. *Cover* majalah akan dilakukan proses finishing dengan laminasi menggunakan bahan *doff* agar menimbulkan kesan *elegant* dan menarik. Majalah ini akan di desain layaknya majalah anak muda dengan desain *vector, vixel* maupun *flat design* agar gaya desain mampu meng imbangi isi dari majalah ini yang mengangkat mural dan juga terdapat visualisasi berupa foto.

METODE PENCIPTAAN KARYA

Perencanaan Kreatif

Projek yang akan dibuat merupakan projek untuk menyebarluaskan nilai nilai atau proses kreatif *street art* di Yogyakarta kepada masyarakat maupun pemerintah. Bersumber dari komunitas *street art* jogja agar maksud dan tujuan komunitas *street art* mampu tertuangkan dalam majalah ini kepada masyarakat maupun pemerintah. Majalah ini juga untuk meningkatkan eksistensi komunitas *street art* di Yogyakarta. Dimulai dengan mewawancarai seniman *street art* dari komunitas tentang mengetahui lebih dalam apa itu seni *street art*, mural di Yogyakarta, proses kreatif, permasalahan, dan mendokumentasikan dengan memotret hasil karya karya mural beserta deskripsi filosofi karya tersebut. Dilanjutkan dengan proses editing dan layout untuk pembuatan majalah. Berikut isi layout dan rubik yang terdapat pada majalah yang akan penulis cantumkan :

Halaman 1 (Cover)

Halaman 2 & 3 (Iklan)

Halaman 4 (Rubrik : Teras)

Dalam rubrik teras ini terdapat beberapa konten yaitu berisi jajaran redaksi, bendera rubrikasi termasuk nomer halaman, dan opini editor yang berkaitan dengan tema *street art* untuk mendukung konten atau berita dalam majalah tersebut dan foto foto pada tim readksi.

Halaman 5 (Rubrik : Intip)

Dalam rubrik Intip ini terdapat beberapa konten yaitu berisi rubrik rubrik sub judul yang terdapat pada majalah tersebut.

Halaman 6 dan 7 (edisi)

Halaman 8, 9, 10, dan 11 (Rubrik : kupas)

Dalam rubrik kupas adalah rubrik berita utama dengan judul Street Yogyakarta, rubrik ini terdapat beberapa konten yaitu rubrik ini membahas tentang sejarah, perkembangan, peristiwa mengenai *street art* secara luas di Yogyakarta, dan juga ada beberapa opini dari artist *street art*.

Halaman 12, dan 13 (Rubrik : Telisik)

Dihalaman ini berisikan seni menjadi salah satu media untuk melawan dengan judul *Street Art* dan Perlawanan. Dalam artikel ini memuat tulisan mengenai perlawanan yang direspon dengan media *Street Art*.

Halaman 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, dan 21 (Rubrik : Profile)

Halaman 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20 dan 21 merupakan rubrik profile yang berisikan profile lengkap artist *street art* yang sedang naik daun.

Halaman 22, 23, 24, dan 25 (Rubrik : Tembok panas)

Pada halaman 22, 23, 24, dan 25 bertemakan tembok panas yang berartikan penulis akan menerbitkan desain *street art* terbaik dalam jangka beberapa bulan ini dan menjadi perbincangan hangat dari segi visual.

Halaman 26, 27 (Rubrik : Versus)

Pada halaman 26 dan 27 bertemakan mural vs grafiti yang berartikan penjelasan perbedaan mural dan grafiti dari berbagai sumber.

Halaman 28, 29 (Rubrik : Ikonustary)

Pada halaman 28 dan 29 ini menjelaskan arti dibalik karya visual. Rubrik ini menjadi bagian rubrik santai untuk variasi konten majalah *street art*.

Halaman 30, 31 (Rubrik : Galeri karya)

Pada halaman 30 dan 31 terdapat ulasan artikel mengenai event *street art* yaitu event Street Dealin yang di adakan di Jakarta sebagai salah satu acara *Street Art* terbesar se Asia Tenggara.

Halaman 32, 33, 34, dan 35 (Rubrik : Jalan Jalan)

Pada halaman 32, 33, 34, dan 35 bertemakan jalan jalan yang berisi tempat tempat seni jalanan di Yogyakarta yang kita rekomendasikan untuk pembaca .

Halaman 36, 37 (Rubrik : Tips)

Pada halaman 36 dan 37 bertemakan tips and trick yang menampilkan cara membuat Stencil, yang dimana itu merupakan salah satu bagian dari *Street Art*. Rubrik ini menjadi bagian rubrik santai untuk variasi konten majalah *street art*.

Halaman 38 (Rubrik : Fashion)

Pada halaman 38 bertemakan life style yaitu fashion yang menampilkan fashion rabbel adaptasi dari gaya *street art*. Rubrik ini menjadi bagian rubrik santai untuk variasi konten majalah *street art*.

Halaman 39 (Rubrik : iklan)

Halaman 40 (back cover)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Wacana Street Art di Yogyakarta

Street art di Yogyakarta sudah bukan lagi hanya sekedar kegiatan iseng belaka, tetapi sudah menjadi pagelaran seni rupa yang terdapat di ruang publik. Kegiatan seni rupa sudah tidak hanya berada dalam suatu pagelaran eksklusif yang hanya dinikmati oleh kalangan seni saja, tetapi sudah dapat dinikmati oleh khalayak luas. *Street art* sudah menjadi bagian dari visual yang terdapat di sepanjang jalan Yogyakarta, hal itu tak terlepas dari sebuah kegiatan dalam bentuk kebebasan berekspresi diruang publik.

Street art di Yogyakarta sudah menjadi bagian dari *daily politict* yang memiliki kemampuan, kekuatan untuk mempengaruhi perilaku orang lain dalam segi visual, dari mulai gambar hingga tulisan tulisan yang disampaikan di ruang publik. Tingkat eksistensi *street art* di Yogyakarta memiliki hubungan yang lekat dengan masyarakat

sekitar hingga memiliki kekuasaan yang dapat dijumpai dimana saja. *Street art* merupakan kegiatan yang merespon kejadian kejadian yang ada di lingkungan sekitar yang menjadikan kedalam bentuk berpolitik lewat seni diruang publik.

Masih banyak beberapa orang yang yang beranggapan bahwa *street art* merupakan suatu aktivitas merusak atau mengotori tembok tembok maupun fasilitas umum, tanpa mengetahui maksud dan tujuan *street art* itu sendiri. Walaupun *street art* masih dikaitkan dengan bentuk vandalisme yang mengganggu fasilitas umum, *street art* memiliki suatu pergerakan atau spirit tersendiri bagi pelaku dan penikmatnya. Banyak maksud dan alasan bagi para artis *street art* akan kegiatan itu, mulai dari pembrontakan, perlawanan, kritik sosial dan spirit untuk berekspresi melalui *street art*. Mereka menyuarakan pendapat melalui suatu pergerakan seni diruang publik, merespon kejadian kejadian di sekitar dan disalurkan melalui *street art*, seperti halnya mural yang memiliki pesan pesan positif, seperti memperjuangkan hak asasi manusia melalui gambar, memprotes pembangunan yang berlebihan membuat mereka merespon melalui gambar dan teks diruang publik.

Begitupun dengan graffiti, walaupun pergerakan mural dan graffiti berbeda, graffiti bukan hanya sekedar hobi, tetapi mereka menyikapi perlawanan mereka melalui spirit mereka untuk berkarya diruang publik. Coretan coretan para graffiti artis juga bukan hanya sekedar vandalisme atau eksistensi belaka saja, melainkan ada rasa resah akan banyaknya gedung gedung tinggi, dan mereka tidak punya ruang untuk berekspresi dan di apresiasi, mereka butuh panggung tempat dimana aktivitas mereka dilihat dan dihargai, mereka butuh media untuk menyuarakan sesuatu. Dengan aktifitas graffiti para artis dapat dilihat karyanya dan banyak yang menonton pada saat pembuatan karya graffiti.

Perebutan ruang publik pun terjadi antara kelompok dominan dan *street art*, semakin banyaknya pembangunan gedung gedung dan baliho membuat terjadinya perebutan diruang publik. Para artis *street art* memiliki komitmen bahwa ruang publik merupakan tempat bagi masyarakat umum untuk berekspresi, mereka melakukan kegiatan tersebut karena keterbatasan panggung untuk berekspresi dan menyuarakan sesuatu melalui seni yang kurang di apresiasi. Dengan melakukan di ruang publik membuat para artis *street art* dapat melakukan kebebasan berekspresi dan menyuarakan aspirasi yang terjadi dilingkungan sekitar, dengan berkesinian diruang publik artis *street art* dapat merasakan apresiasi dari masyarakat dan dapat menjadikan ruang publik sebagai panggung yang dapat di apresiasi oleh masyarakat.

. Yogyakarta merupakan salah satu kota yang terdapat banyak sekali karya *street art* di jalan-jalan kota Yogyakarta. Pergerakan *street art* terjadi dari akhir tahun 90an sampai awal 2000an aktivitas *street art* itu terbentuk di Yogyakarta oleh Apotik Komik dan remaja Wijilan yang berlatar belakang Sekolah Menengah Seni Rupa, dari mulai mural dan graffiti yang masuk dalam lingkungan remaja pada saat itu. Walaupun *street art* sudah muncul di Yogyakarta pada masa orde baru sebagai bentuk perlawanan kepada pemerintah pada saat itu membuat *street art* merupakan salah satu media perlawanan di ruang publik. Tetapi pada saat *street art* muncul kembali dari masa setelah orde baru membuat *street art* menjadi kegiatan seni rupa yang terus membuat pergerakan perlawanan yang terjadi dari permasalahan sekitar dengan nilai estetika dan artistik tersendiri.

Street art tidak lepas dari fenomena yang terjadi di lingkungan sekitar yang merespon dari keresahan keresahan yang terjadi, hal itu membuat *street art* selalu tumbuh dengan merespon keresahan yang terjadi di lingkungan sekitar dengan mengungkapkan dari segi visual, teks maupun spirit yang dilakukan oleh penggiat *street art*. Mulai berangkat dari isu lingkungan, sosial, politik hingga ajang eksistensi. *Street art* di Yogyakarta mengungkapkan sebuah pesan melalui visual, seperti salah satunya mural dengan bentuk visual gambar dan tulisan yang di buat oleh media legal, stencil yang di buat oleh Anagard, poster dan *wheatpaste* yang dibuat oleh Anti Tank dan graffiti dari segi spirit yang dilakukan oleh HSK, BCK, 69Cartel di jalanan, *street art* menjadikan suatu budaya dan kesenian yang melekat di Yogyakarta.

Projek ini berusaha untuk menampilkan bagaimana wacana dari *street art* di Yogyakarta dengan pergerakan, tujuan dan alasan mereka dalam dunia *street art* dalam bentuk media cetak yaitu majalah. Diharapkan masyarakat mampu mengetahui dan menyadari akan adanya *street art* di Yogyakarta sebagai suatu pergerakan kesenian dan mampu memberikan dampak positif bagi khalayak luas, tidak hanya *skill* dari *street art* tetapi juga dapat memberi perubahan-perubahan yang berdampak positif bagi masyarakat Yogyakarta maupun kota Yogyakarta.

2. Proses Kreatif *Street Art* di Yogyakarta

Dalam proses pembuatan *street art* di ruang publik penulis menemukan beberapa aktifitas yang dilakukan oleh artis *street art* untuk menghasilkan suatu karya *street art*. Para artis *street art* melakukan beberapa riset mengenai kejadian yang sedang terjadi di lingkungannya maupun fenomena yang sedang marak diperbincangkan, para

artis *street art* mengidentifikasi suatu permasalahan dengan cara berbeda beda, ada yang berangkat dari melihat lingkungan sekitar, ada juga dari pembincangan dan diskusi, lalu ada juga yang berangkat dari berita dari media cetak seperti koran maupun media lainnya seperti radio, televisi dan internet.

Setelah melakukan riset terhadap apa yang sedang terjadi, para pelaku *street art* mulai membuat suatu gagasan untuk dituangkan melalui karya *street art*. Para pelaku *street art* mulai membuat suatu perspektive dari hasil riset yang ada dalam suatu permasalahan, karena *street art* sangat dekat dari isu isu lingkungan, sosial dan politik dari sertiap karya *street art*. Setelah menemukan gagasan dari perspektif yang dibuat oleh para artis *street art*, mereka mulai membuat pendekatan dengan memperdalam permasalahan yang akan di angkat, dengan cara mulai mengupas suatu permasalahan lebih dalam agar karya yang mereka tuangi dalam *street art* lebih efektif dan mampu meliterasi masyarakat. Setelah melakukan pendekatan, para pelaku *street art* mulai menentukan medium yang akan dipilih untuk penempatan karya *street art*, penempatan medium dalam *street art* juga berperang penting dalam ke efektifan pesan yang disampaikan, seperti poster, *rolling door*, tembok pinggir jalan, bahkan dapat di aplikasikan dalam medium lain seperti sepatu, kaos, pin dll untuk mendukung pesan yang akan di sampaikan.

Selain medium para artis *street art* memiliki sebuah ciri khas dalam karya *street art* yang sudah terbentuk agar dapat memudahkan bagi para artis untuk dikenal, karena konsisten dan menjaga eksistensi dengan *style street art* masing masing memudahkan masyarakat mengenal pembuat karya tersebut. Seperti halnya *TUYULOVEME* yang membentuk ciri khas dalam berkaryanya dengan karakter kartun yang ia bikin, lalu tulisan *TYLM* sebagai tag nama inisial dan ornamen ornamen yang ia bentuk sebagai ciri khas didalam karyanya membuat dirinya mudah di ingat oleh masyarakat, karena adanya pengulangan simbol dan pengembangan dari simbol itu sendiri membuat ia eksis dalam dunia *street art*.

Selanjutnya tahap terakhir yang dilakukan oleh para artis *street art* adalah melakukan eksekusi lapangan, yang dimana ada beberapa model dalam melakukan eksekusi pembuatan karya *street art*, seperti individu, berkelompok, kolaborasi antar artis lainnya atau kelompok lainnya bahkan mengajak masyarakat untuk dapat melakukan proses *street art* bersama. Kolaborasi antar kelompok atau individu membuat *street art* di Yogyakarta semakin beragam, dengan penggabungan dua *style*

yang berbeda dapat menghasilkan suatu karya baru untuk menyampaikan pesan, dari mulai non verbal atau pun verbal.

Seperti yang dilakukan para artis *street art* di desa geneng yang terletak di daerah bantul, saat proses kegiatan *street art* mereka melakukan interaksi bersama masyarakat dan juga mereka mengajak masyarakat untuk melakukan kegiatan tersebut bersama sama. Hal tersebut memberikan suatu iteraksi dan kedekatan kepada masyarakat mengenai *street art*, yang dimana *street art* dekat sekali dengan isu isu sosial dan menuangkannya kedalam kesenian membuat para artis *street art* tidak menutup kemungkinan untuk melibatkan masyarakat sekitar.

3. Dinamika Street Art di Yogyakarta

Pergerakan street art tidak langsung mendapatkan respon baik dari masyarakat dan pemerintah, banyaknya penangkapan penangkapan karna aktivitas yang kerap dianggap mengotori. Sering kali aktivitas *street art* mendapatkan protes bahkan sampai dilaporkan kepada pihak berwajib, hukuman menahan kartu tanda penduduk, membersihkan tembok maupun hukuman fisik seperti *push up* dan lainnya menjadi resiko para pelaku street art. Bahkan karya *street art* yang mengandung pesan kritik sosial dan politik menjadi permasalahan bagi oknum oknum tertentu, seperti halnya dirusaknya hasil street art yang menyuarakan mengenai pembangunan oleh oknum yang tidak menyukai karena dapat memicu permasalahan dikemudian hari.

Terlepas dari respon negatif, *street art* di Yogyakarta memiliki respon positif, eksistensi para artis dalam berkarya menimbulkan kesan positif dari beberapa masyarakat untuk merespon hal tersebut dengan baik. Seperti halnya perpindahan lokus dari kota ke desa, *street art* bukan hanya terdapat di daerah kota Yogyakarta saja, melainkan sudah masuk hingga desa desa. *Street art* Yogyakarta mampu masuk kelingkungan desa di Yogyakarta, hal tersebut dapat menciptakan peluang pariwisata tersendiri, seperti yang terjadi di desa Geneng yang berada di daerah Sewon Bantul. Desa Geneng merupakan salah satu wisata *street art* karena di setiap rumah warga terdapat karya street art, hal tersebut dikarena adanya sebuah *event* yang bernama *Geneng Street Art Project* (GSAP) yang melibatkan puluhan artis *street art*.

Geneng Street Art Project mampu membuktikan dengan ada *street art* dapat menciptakan peluang wisata bagi masyarakat sekitar, selain desa geneng juga terdapat desa desa lainnya yang dipenuhi karya street art seperti kampung *Cyber* dan kampung wisata Kali Code. Kedekatan *street art* di Yogyakarta dengan masyarakat terjadi

karena pembentukan gagasan yang yang di ciptakan oleh artis *street art* dapat terhubung baik karena gagasan itu muncul dari masyarakat dan direalisasikan oleh artis *street art* melalui seni. Gagasan yang muncul seperti pelestarian lingkungan untuk meningkatkan masyarakat untuk kebersihan kota Yogyakarta, lalu hak asasi manusia, melawan pembangunan, hingga melawan politik yang menyimpang seperti korupsi, kolusi dan nepotisme dan gagasan gagasan lain yang muncul akibat keresahan masyarakat sekitar mengenai suatu hal yang terjadi di Yogyakarta.

Pembentukan gagasan yang terdapat dalam *street art* di Yogyakarta memiliki beberapa medium yang di ciptakan oleh para artis *street art*, *rolling door*, tembok, instalasi, tiang listrik bahkan dapat di aplikasikan kedalam medium lain seperti kaos, sepatu dan sebagainya. Seperti yang dilakukan anagrad untuk mengingatkan mengenai kebersihan lingkungan di tembok pembuangan sampah dengan karya *Stencil*. Bukan hanya sekedar tembok saja, perpindahan kedalam medium lain membuat para artis *street art* berkembang dan melakukan sesuatu yang berbeda pada umumnya, bukan hanya tembok ataupun *rolling door* saja, tetapi para artis *street art* dapat mengaplikasikan dalam medium lain.

Seperti yang dilakukan *Anti Tank* membuat karya *street art* mengenai perlawanan penggusuran di kulon progo melalui medium poster dan di aplikasikan juga kedalam kaos, yang nantinya hasil keuntungan dalam kaos tersebut menjadi kontribusi bagi pejuang harian warga kulon progo bersama relawan. Sedangkan para artis *street art* yang melakukan graffiti lebih bergerak kedalam medium tembok tembok jalanan dan tembok bekas penggusuran rumah sebagai bentuk spirit perlawanan terhadap pembangunan yang semakin marak di Yogyakarta. Walaupun *street art* berada di tempat ruang publik, mereka memiliki etika dalam dunia *street art*, yaitu tidak menyentuk daerah cagar alam dan cagar budaya.

Pergerakan *street art* dalam meningkatkan eksistensi membuat para artis mendapatkan hasil dari kegiatan *street art*, seperti dapat meliterasi masyarakat akan suatu hal yang terjadi dari fenomena fenomena yang dialami dari lingkungan sekitar, lalu dapat mengadvokasi masyarakat dari sebuah ancaman yang datang dari keresahan yang dialami. Lalu diakui dalam sebuah pagelaran seni karena eksistensi di yang tinggi di dunia *street art*, hingga mendapat penghasilan dari mural dan graffiti, bahkan sudah ada yang pameran dan dipanggil sampai keluar negeri, seperti *Love Hate Love*, *TUYULOVE*, *NICK23*, *MUCK*, HanHan, Bayu Widodo dan artis artis lainnya. Dalam satu karyanya bisa dihargai hingga jutaan rupiah. Berawal dari

jalanan hingga masuk paggelaran seni menjadikan seniman mural dan graffiti Yogyakarta mempunyai nama yang besar dan juga dihargai dalam bidang kesenian.

Yogyakarta semakin dikenal dengan kota seni yang termasuk mural dan graffiti terbesar di Indonesia yang sangat kaya akan gallery di ruang publik dan terus bergenerasi sampai saat ini. Bahkan wisatawan sekaligus artis *street art* asal Belanda mengungkapkan bahwa Yogyakarta merupakan ibu kota *street art* ke dua di dunia, hal itu di ungkapkan oleh artis *street art* Yogyakarta bernama *DAMN* (nama jalanan) Dalam proyek pembuatan majalah kali ini penulis memberikan suatu informasi mengenai wacana, proses kreatif dinamika *street art* di Yogyakarta, dan juga mengupas lebih dalam mengenai dunia *street art* khususnya yang ada di Yogyakarta. Dengan harapan masyarakat dapat melihat *street art* dari sudut pandang yang lain, yaitu mempunyai makna dan nilai seni tersendiri

4. Analisis SWOT Forwart Magazine

Dalam pembuatan Forwart Magazine tentunya memiliki beberapa kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Berikut merupakan uraian dari analisis SWOT *Forwart Magazine*

5. Pr
os
pe
k
Ka
ry
a
P
ro
du
k
ma
jal
ah
str
eet
art
ya
ng
ber
na
ma
Fo

<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<p>Teknis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Majalah ini dapat diperbanyak untuk keperluan Dinas Pariwisata sebagai sarana informasi dan arsip kesenian. 2. Majalah ini memiliki peluang bagi minat baca media cetak 	<p>Teknis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik masyarakat yang kurang untuk membaca media cetak (fisik) dalam era digital.
<p>Strengths pada remaja dan masyarakat umum.</p> <p>Teknis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penataan layout foto dan teks dengan baik. <p>Subtansi</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Pemilihan jenis kertas pada cover dan isi menggunakan kualitas terbaik 150 gsm dan proses kreatif dan dinamis 120 gsm ukuran A4 dengan street art di Yogyakarta. 2. Majalah ini dapat menjadi pematik untuk diskusi mengenai <i>street art</i> 3. Majalah ini dapat memacu kreatifitas masyarakat untuk dapat melakukan <i>street art</i>. 4. Dapat memperkuat eksistensi Yogyakarta dan di angkat street art dalam masyarakat melalui majalah cetak. <p>Subtansi</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Mampu menambah penguatan eksistensi bagi para artis maupun komunitas <i>street art</i> di Yogyakarta 	<p>Weaknesses</p> <p>Teknis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang fleksibel, karena memiliki ukuran a4 (21cm x 29,7cm) menjadikan majalah ini sulit untuk dikonsumsi kurang populer dimata masyarakat dibandingkan masyarakat lainnya. 2. Tingkat ketebalan pada kertas (120 gsm) membuat majalah ini membutuhkan ruang pada menuai kontra bagi beberapa kalangan seperti aparat kepolisian <p>Subtansi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terlalu banyak menampilkan visual gambar mengenai <i>street art</i> 2. Terlalu luasnya hal mengenai <i>street art</i> di Yogyakarta membuat banyak ulasan yang tidak dapat di tampilkan dalam satu edisi majalah saja
<p>Subtansi</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Mampu menambah penguatan eksistensi bagi para artis maupun komunitas <i>street art</i> di Yogyakarta 	<p>Subtansi</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Terlalu luasnya hal mengenai <i>street art</i> di Yogyakarta membuat banyak ulasan yang tidak dapat di tampilkan dalam satu edisi majalah saja

Smart Magz dipasarkan kepada mereka yang suka kesenian street art, khayalak umum yang ingin mengetahui mengenai street art dan menjadi media alternatif untuk meningkatkan eksistensi pelaku street art. Karena majalah ini memiliki konten mengenai dinamika, wacana, dan proses kreatif street art Yogyakarta yang dapat

mengedukasi bagi khalayak umum yang kurang mengerti akan kesenian street art, selain itu majalah ini memiliki konten yang berisikan pelaku pelaku street art untuk menunjang penguatan eksistensi pelaku street art. Majalah ini di desain dengan konsep modern dan artistik untuk menunjang isi konten street art, memiliki bentuk fisik berukuran A4 (21 cm x 29,7) yang dapat memuaskan pembaca agar dapat menikmati visual karya street art. Cara product positioning yang dilakukan penulis untuk memasarkan hasil produksi majalah Forwart Magz kepada konsumen yang dituju, ditentukan berdasarkan :

a. Penempatan berdasarkan atribut.

Majalah Format Magz yang bertema mengenai dunia street art di Yogyakarta ini memiliki cover ilustrasi empat orang anonim sebagai pelaku street art dengan latar belakang Tugu Yogyakarta, yang mewakili tema mengenai street art di Yogyakarta, dengan memiliki beberapa highlight rubrik dalam cover, lalu di kemas menggunakan material kertas Ivory di Cover dan Art paper di Isi dengan ketebalan 120 gsm. Hal tersebut membuat membuat majalah ini layak di konsumsi oleh masyarakat luas.

b. Penempatan berdasarkan katagori

Majalah ini memiliki katagori yang spesifik yaitu masuk dalam katagori majalah seni yang membahas mengenai seni urban kontemporer yang membahas street art.

c. Penentuan posisi menurut pesaing

Majalah ini merupakan majalah seni yang berfokus dalam kesenian street art, hal itu menjadikan hal baru didunia media cetak Indonesia karena belum ada media cetak yang membahas mengenai street art.

PENUTUP

Dengan membuat karya ini, penulis menjadi mengerti mengenai pergerakan hingga proses kreatif *street art* di Yogyakarta. Hadirnya *street art* di Yogyakarta mengalami beberapa prespektif dalam hal pro dan kontra, tanpa mengetahui maksud dari kegiatan seni rupa jalanan ini atau yang biasa di sebut *street art*. Dengan adanya pembuatan karya ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui lebih dalam mengenai kesenian *street art* di Yogyakarta, dan membukan pikiran masyarakat dar sudut pandang positif akan kesenian *street art* di Yogyakarta. Penulis juga dapat mengetahui proses dibalik karya *street art* dan perkembangan dinamika *street art* di Yogyakarta.

. *Street art* di Yogyakarta mampu bertahan dengan eksistensi yang mereka miliki, walaupun mengalami pro dan kontra *street art* mampu membuktikan dengan seni yang mereka bawa ke ruang publik dapat berdampak positif bagi masyarakat maupun individu. *Street art* mampu membuat ruang publik sebagai media untuk menyampaikan pendapat dan kritik dari permasalahan permasalahan yang sedang terjadi, dengan melakukan tahap proses kreatif dari mulai mengidentifikasi permasalahan sekitar, menemukan gagasan, melakukan pendekatan kepada gagasan tersebut, memilih medium untuk eksekusi hingga melakukan proses eksekusi secara individu, kelompok dan melibatkan masyarakat sekitar.

Dari semua aktivitas yang dilakukan para artis *street art* di Yogyakarta, penulis menemukan hasil dari kegiatan tersebut yaitu *street art* merupakan media resistensi bagi kelompok tertindas, lalu *street art* dapat menjadi media untuk meliterasi masyarakat akan suatu hal. Selain itu eksistensi *street art* di Yogyakarta menghasilkan pengakuan di ajang kesenian eksklusif seperti pameran dan pagelaran seni lainnya, bahkan membuat para artis menjadikan *street art* sebagai mata pencaharian. *Street art* di Yogyakarta dapat memperkaya kesenian kesenian yang ada di Yogyakarta dan menjadi suatu daya tarik sendiri didunia seni rupa.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Adityawan, Arief. (2008) *Propaganda Pemimpin Politik Indonesia Mengupas Semiotika Orde Baru*. Jakarta : LP3ES
- Bahri, Syamsul. (2008). *Jalan seni jalanan Yogyakarta*. Yogyakarta : Stadium
- Buckingham, David Beyond. (2007) *Technology: Children's Learning in the Age of Digital Culture*. Amerika : Wiley.
- Elvinaro, Ardianto, Lukiati Komala, Siti Karlinah. (2007) *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Elvinaro, Ardianto, Lukiati Komala. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Fitriana Indriyati, Rias. (2012). *Politik dan Grafiti*. Yogyakarta: Polgov Fisipol UGM
- Gazali, Effendi. (2002). *Penyiaran Alternatif Tapi Mutlak : Acuan Tentang Penyiaran Publik dan Komunitas*. Jakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia
- Ginsberg, Mary. (2013). *The Art of Influence, Asian Propaganda*. Inggris : British Museum Press
- Hall, Stuart. (2003). *The work of representation, chapter I: representation: cultural representation and signifying practices*. London : Sage.
- J. Baran, Stenley. (2011) *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya*. Jakarta : Salemba Humanika
- Kasali, Rhenald. (1992) *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- KPI, Tim. (2011). *Panduan Sosialisasi Literasi media Televisi*. Jakarta : Komisi Penyiaran Indonesia.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Porter, W. James. (2005). *Media Literacy*. edisi ketiga ; London : Sage

Scott, James. (1981). *Moral Ekonomi Petani* .Jakarta : LP3ES

Sitepu, Vinsensius. (2004) *Panduan Mengenal Desain Grafis*. Bogor : Escaeva.

Sobur, Alex. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Internet

Aziz Muslim Alqudsy, Abdul. “Jogja Mural Forum Menjadikan Seni Mural Sebagai Sarana Pendidikan Kota.” www.youthyakarta.com/jogja-mural-forum-menjadikan-seni-mural-sebagai-sarana-pendidikan-kota/ (akses, 29 Mei 2017)

“Graffiti Art Magazine.” <http://www.graffitiartmagazine.com/index.php?pages/Graffiti-Art-magazine> (akses, 29 maret 2017)

“Kamus Bahasa Indonesia Online.” www.kamusbahasaindonesia.org/komunitas (akses, 18 Oktober 2016)

Mawahibun Idhom, Addi. “Seniman Street Art Keluhkan Cap Vandalisme dari Pemerintah”. <https://m.tempo.co/read/news/2015/08/31/114696537/seniman-street-art-keluhkan-cap-vandalisme-dari-pemerintah> (akses 29 Maret 2017)

“Seniman dan Budayawan.” www.gudeg.net/direktori/566/samuel-indratma.html (Akses, 6 Juni 2016)

Syaifullah, Muh. “Tulis `Jogja Ora Didol`, Seniman Mural Dipidana”. <https://m.tempo.co/read/news/2013/10/10/058520686/tulis-jogja-ora-didol-seniman-mural-dipidana> (akses, 6 Juni 2017)

Jurnal :

Khosronejad, Pedram. “digital Art, Estetika politik, dan Media Sosial : Studi Kasus Pemilihan Presiden Iran 2009” , *International Journals of Communication*, Vol. 7 (Juni 2013) hal. 4

Prasetyo, Apriyan Rino. "Persaingan Seni Visual Jalanan (Studi Deskriptif Persaingan Antar Seniman Visual Jalanan Pada Ruang Publik di kota Surabaya)", *Jurnal Universitas Airlangga* , Vol.2 (Juli 2013)

Rahardjo, Sudjadi Tjipto "Wujud Graffiti Sebagai Media Jalanan" *Jurnal Desain Komunikasi*, Vol.1 No.1 (2010), hal. 15-16

Syamsiar, Cia. "Bentuk dan Strategi Perupa Mural di Ruang Publik" , *Jurnal Brikolase*, Vol.1 (Juli 2009), hal. 33-34.

Wicandra, Obed Bima. "Berkomunikasi Secara Visual Melalui Mural di Jogjakarta" , *Jurnal Nirmana*, Vol. II No. 2, (Juli 2005)

Skripsi :

D. Kiding, Yohanis. (2013). "Skripsi Karya Media Cetak, Majalah Civitas." Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanudin, Makasar.

Mahendra Ramadhani, Wildan. (2010). "Mural Jogja : Media Perlawanan Seniman Urban Di Tengah Modernitas Perkotaan." Skripsi, Ilmu Sosiologi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

Oki Candra, Cristian. (2013). "Pesan Visual Mural Kota Karya Jogja Mural Forum-Yogyakarta." Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.

Puspa Pratama, Ade. (2016). "Pembentukan identitas Yogyakarta sebagai kota mural." Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

