

MEREBUT KUASA ATAS RUANG PUBLIK: PERTARUNGAN RUANG KOMUNITAS MURAL DI SURABAYA

Obed Bima Wicandra

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra Surabaya

e-mail: obedbima@petra.ac.id

Abstract

For mural communities in Surabaya, seizing walls to paint on is like conquering power over a territory. To paint over each other's works that leads to verbal or physical conflicts can occur from a situation of rivalry between the mural communities or conflicts with the graffiti communities. Although conflicts can happen, interestingly there is still a sense of respect that conjures up guilt when they paint over other communities' murals. Painting over others' works in street art is common because it is in open space. Walls, in the street art community's perspective, can become public space when the building's structure faces the publicly accessible streets . This research aims to understand the strategies of the mural communities in creating works in Surabaya streets, especially when they must fight for a wall. Communities like Bunuhdiri, Tiadaruang, Horrorcrew, Artpuccino, and HateHate are invited in focus group discussions to talk about strategies, conflicts, and their understanding of public sphere. These mural communities still maintain local values, such as tolerance and permission from other communities when painting over their works, in the midst of the customary act of painting over other's street art, just as with street art communities in developed countries that have been the exemplar of street art in Indonesia as well as Surabaya.

Keywords: public sphere, mural, power

A. Pendahuluan

Ruang, dalam perspektif Michel Foucault mengerucut pada hal paling mendasar dari praktik kekuasaan (1984). Henri Lefebvre pun menyatakan bahwa ruang sebagai produk sosial yang dinamis dan dibentuk oleh orang-orang yang memiliki kontrol dan tentu saja dominasi atas kekuasaan (1991). Dalam kaitannya dengan pertarungan ruang, kemudian John Gaventa melihat ruang sebagai medium bagi warga dalam memengaruhi keputusan politik maupun kebijakan. Salah satu pemikir yang mengembangkan konsep tentang ruang publik, yaitu Jürgen Habermas, menjelaskannya dalam perspektif politik. Menurutnya istilah “ruang publik” hadir untuk membedakannya dengan konsep ruang privat. Pemikiran Habermas mengenai ruang publik terpilah menjadi dua, yaitu konsep ruang publik borjuis (dalam bukunya berjudul *The Structural Transformation of Public Sphere*) dan konsep ruang publik dalam kerangka demokrasi deliberatif yang muncul dalam teks *Between Facts and Norms* (Prasetyo, 2012; 170).

Prinsip ideal dalam ruang publik borjuis adalah pertama, dalam ruang publik hal yang menempati posisi lebih tinggi dari yang lain bukanlah status, pangkat, harta, atau keturunan, melainkan argumen yang lebih baik; kedua, argumen yang muncul dalam ruang publik harus berlandaskan pada kepentingan umum dan bukan kepentingan partikular; dan ketiga, ruang publik bersifat inklusif (Thomassen dalam Prasetyo, 2012; 174). Dalam konteks kekuasaan, Habermas membagi dalam dua jenis ruang publik, pertama adalah ruang publik yang tidak dikooptasi oleh kekuasaan, yaitu ruang publik yang tumbuh dari dunia-kehidupan dan kedua adalah ruang publik yang tidak dikooptasi oleh kekuasaan. Masing-masing ruang publik ini dikuasai oleh aktor-aktor tertentu.

Aktor dalam ruang publik yang tidak dikooptasi oleh kekuasaan adalah para pribumi, karena mereka berasal dari publik itu sendiri dan memiliki akar yang mendalam pada dunia-kehidupan (*lebenswelt*). Sementara aktor yang ada di dalam ruang publik yang dikooptasi oleh kekuasaan didominasi oleh aktor pemakai, yaitu aktor-aktor yang tidak tumbuh dalam publik melainkan hadir di depan publik dan menduduki ruang publik di mana mereka memanfaatkan medium uang serta kuasa untuk memeralat publik. Mereka biasanya memiliki identitas sosial yang mapan dan diakui dalam masyarakat (Hardiman, 2009; 141-142). Pemikiran Habermas mengenai ruang publik tersebut menyiratkan bahwa sifat dari ruang publik adalah eksklusif. Ia menempati posisi yang tunggal (singular), yaitu borjuis.

Berbeda dengan pemikirannya yang pertama, Habermas dalam *Between Facts and Norms* menempatkan ruang publik sebagai ruang yang plural. Setiap komunitas dan kelompok masyarakat dapat membentuk ruang publiknya sendiri. Pemikiran ini sebagai reaksi atas kritik kaum posmodernisme yang melihat pemikiran ruang publik pertama (borjuis) sebagai ruang yang cenderung eksklusif. Sedangkan formula inti dari pemikiran ruang publik yang kedua ini adalah varian dari demokrasi yang memfokuskan dirinya pada isu legitimasi politik. Keputusan bisa bersifat legitim apabila keputusan tersebut memperoleh persetujuan rasional melalui partisipasi di dalam pertimbangan mendalam (*deliberation*) yang otentik oleh semua pihak yang berkepentingan terhadap keputusan tersebut (Parkinson dalam Prasetyo, 2012; 177). Menurut Habermas, arena untuk berpartisipasi dalam deliberasi tersebut adalah ruang publik.

Pemahaman mengenai ruang publik ini menjadi dasar untuk menguraikan bagaimana komunitas para seniman mural (melukis dinding) di Surabaya dalam melakukan pertarungan dalam usahanya merebut tembok-tembok jalanan. Dalam praktik seni jalanan maka keberadaan karya seni yang sengaja diwujudkan di jalanan, seperti mural, menemukan ruang sebagai salah satu medium untuk menyampaikan pesan dalam berkomunikasi secara visual. Saat mural berkembang begitu pesat hampir di semua kota di Indonesia, termasuk di Surabaya, maka yang terjadi adalah pertarungan atas kepemilikan tembok sebagai ruang publik. Tembok kota secara perlahan berubah wajah penuh visual yang saling bertumpukan; menindih karya seni mural yang lama maupun yang baru dibuat.

Terkadang perselisihan secara verbal maupun fisik terjadi di antara komunitas mural tersebut.

Penelitian untuk menghasilkan artikel ini dilakukan terhadap empat komunitas mural Surabaya, yaitu Bunuhdiri, Artpuccino, Horrorcrew, Tiadaruang, dan HateHate dengan melakukan metode *focus group discussion* untuk mengetahui bagaimana strategi mereka dalam membuat mural di jalanan Surabaya serta bagaimana pandangan mereka terhadap ruang publik? Kelima komunitas tersebut dipilih karena karya-karya muralnya mendominasi jalanan kota Surabaya akhir-akhir ini selain juga sebagai penggerak seni mural di Surabaya.

B. Kontestasi Seni Mural dan Ilusinya Ruang Publik

Seni mural di Surabaya terbilang baru dalam perkembangannya yang berbeda dengan grafiti¹ yang lebih dulu dikenal di Surabaya sejak tahun 2000-an. Sekitar tahun 2005, mural mulai dikenal dan secara perlahan menumbuhkan komunitas-komunitas baru yang lebih beragam, mulai dari pelajar sampai mahasiswa. Beberapa kota di negara-negara yang menjadi kiblat mereka dalam beraksi membuat mural adalah London, New York, Melbourne, serta kota di Indonesia seperti Yogyakarta. Penelitian ini difokuskan pada aksi gerakan dalam melakukan persiapan membuat mural. Sebagai perbandingan, kota-kota kiblat seni mural tersebut memperlakukan teknik *tiban* atau saling menimpa karya-karya mural yang telah lebih dulu dibuat tanpa izin. Pertimbangan dari aksi tersebut adalah siapapun komunitasnya berhak “memiliki” tembok tersebut, sehingga sering ditemui karya mural yang baru dibuat hanya dalam hitungan hari sudah terganti dengan karya mural lain.²

Komunitas mural di Surabaya memiliki cara yang berbeda dalam beraksi mencari tembok yang akan dimural. Idealnya adalah mencari tembok yang masih bersih untuk menghindari konflik dengan komunitas atau pelaku seni mural yang lain. Konflik hanya bisa saja terjadi antara seniman mural dengan pemilik tembok, namun hal ini bisa diatasi dengan waktu pembuatan di malam hari atau

¹ Mural dan grafiti adalah karya seni yang berbeda. Prinsipnya, mural adalah melukis di dinding (*painting*), sedangkan grafiti adalah mencoret atau menulis (*tagging*). Mural berasal dari bahasa latin “*murus*” yang artinya dinding, sedangkan grafiti dari bahasa latin “*graphium*” yang artinya menulis. Mural kini dikenal dilakukan di jalanan, pada awal mula lahirnya justru karya mural ini ada di dalam ruangan (*indoor*) berbeda dengan grafiti yang sedari mula ditemukan di jaman Romawi Kuno sudah dilakukan di luar ruangan (*outdoor*) dan untuk tujuan protes.

² Bagi kota-kota di negara maju, seni mural di jalanan serta grafiti termasuk dalam tindak perusakan, sehingga tak jarang tekanan politik kota ikut mendorong beberapa komunitas maupun individu dalam menguasai tembok kota. Saling menimpa karya dalam hitungan hari bahkan jam sudah menjadi pemandangan yang wajar dalam perang mural antar pembuatnya. Pemerintah otoritas kota juga seringkali menghapus karya jalanan itu dengan dalih ketertiban dan kebersihan kota. Oleh karena itu segala persiapan sebelum memulai membuat mural sudah dipersiapkan termasuk kamera untuk mendokumentasikan karya.

bernegosiasi dengan pemilik temboknya langsung. Melihat apresiasi masyarakat yang lebih baik terhadap seni mural, maka pemilik tembok biasanya tidak keberatan jika dindingnya dilukis, meski ada pengecualian, yaitu jika ada maksud iklan dibaliknya, maka pemilik tembok akan bernegosiasi masalah harga. Jika harga cocok maka bisa diteruskan, tetapi jika tidak cocok, maka ia bisa menolak. Proses negosiasi seperti ini sangat jamak dilakukan meski mural bukan pula dimaksudkan untuk media iklan, namun proses pemilik tembok untuk tahu lebih jelas mengenai mural yang akan dibuat adalah bagian dari bagaimana seniman mural bernegosiasi dengan otoritas lokal (pemilik tembok).

Selain pemilik tembok, negosiasi yang dilakukan adalah dengan pihak polisi maupun Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) yang pada malam hari melakukan operasi. Mereka biasanya menanyakan izin perihal mural tersebut. Untuk tembok yang sudah biasa dimural, polisi dan Satpol PP tidak menghiraukan aksi membuat mural. Namun untuk tembok baru, polisi dan Satpol PP tidak segan-segan untuk menghentikan aksi membuat mural tersebut. Jika proses izin tidak bisa dibuktikan, maka “hukuman” bisa ditimpakan. Rata-rata dari beberapa komunitas yang pernah mengalami hukuman tersebut berwujud memutihkannya kembali tembok yang dimural atau dimintai keterangan di kantor polisi. X-Go Warhol dari Komunitas Bunuhdiri mengungkapkan, bahwa ia pernah dibawa ke kantor polisi saat mengerjakan mural di daerah Kenjeran, Surabaya. Beberapa jam di situ, ia dilepaskan karena pihak polisi sendiri kebingungan untuk menerapkan pasal-pasal di KUHP.

Cara lain adalah dengan menimpa karya komunitas lain yang sudah terlebih dulu ada. Strategi seperti ini rawan dengan konflik, karena pembuat mural yang lama merasa tidak diapresiasi dengan baik. Yang kemudian bisa terjadi adalah saling menimpa karya.³ Persaingan dalam merebut tembok ini bukan hanya konflik sesama seniman mural tetapi juga dengan seniman grafiti. Pemilik tembok sudah tidak “terlibat” lagi dalam konflik ini, karena pengalaman mereka jika mural dihilangkan dengan mengecat warna putih, maka mural yang lain akan tumbuh lagi di tempat yang sama dalam waktu relatif cepat. Lama kelamaan terjadi pembiaran dari pemilik tembok. Oleh karena itu, konflik dalam strategi ini hanya melibatkan sesama seniman mural atau dengan seniman grafiti.

Sebagai gambaran mengenai kerasnya konflik ini, komunitas Tiadaruang bercerita saat ada event mural yang dilakukan bersama-sama komunitas mural se-Surabaya di tahun 2007 dan difasilitasi oleh komunitas tersebut, pada saat itu terjadi pelemparan mercon yang mengenai salah satu *spot* mural yang sedang dikerjakan. Hal ini terjadi karena di karya lama yang ditimpa di *spot* tersebut adalah karya grafiti. Menurut Budi Pras dari Tiadaruang, bentuk intimidasi ini sebenarnya yang kedua setelah hal yang sama juga dilakukan oleh mereka yang keberatan mural mulai diperkenalkan di Surabaya tahun 2005. Intimidasi paling pertama dilakukan saat pembuatan mural secara bersama-sama pula di tembok

³ Istilah yang biasanya dipakai oleh seniman-seniman jalanan di Indonesia adalah *tiban*.

milik kantor Dinas Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Raya (DLLAJR) Provinsi Jawa Timur. Intimidasi verbal hingga hampir mengarah ke perkelahian secara fisik pernah dialami saat itu. *Bomber*⁴ yang awalnya membubuhkan grafiti di *spot* yang sama merasa tidak diapresiasi dengan baik bahkan ada perasaan terancam jika karyanya ditimpa.

Komunitas Artpuccino juga pernah mengalami konflik dengan komunitas lain perihal *spot* tembok yang sudah “dikuasai” oleh komunitas tertentu. Terdapat semacam kesepakatan tidak tertulis yang tersebar di antara komunitas mural di Surabaya, bahwa jika tembok yang sudah terbiasa direspon dengan mural atau grafiti oleh suatu komunitas, maka komunitas yang lain tidak berhak untuk merespon di tembok yang sama karena sudah menjadi “hak milik” bagi komunitas tersebut. Bagi komunitas yang terbilang baru tentu saja kesepakatan tersebut tidak diketahuinya, sehingga konflik yang sifatnya mulai mengarah ke fisik acap kali diterima. Pemerasan dalam wujud uang juga pernah dialami oleh komunitas Horrorcrew ketika ia mencoba untuk menimpa karya grafiti yang lebih dulu ada di suatu *spot*. *Bomber* yang bersangkutan ternyata mengetahui aksi dari komunitas itu hingga akhirnya mereka diminta sejumlah uang.

Selain strategi menimpa karya yang sudah ada, terdapat pula komunitas yang mencari dinding dengan cara menandai tembok yang kosong terlebih dulu. Tanda khusus untuk tembok yang mereka temukan adalah bisa dengan melakukan *tagging* atau menuliskan nama kelompok mereka di tembok tersebut. Strategi yang seperti ini dilakukan jika secara kebetulan mereka menemukan tembok yang kosong namun tidak mempersiapkan diri sebelum membuat mural. Pertimbangan melakukan strategi menandai terlebih dulu asumsinya adalah tidak ada komunitas lain yang membuat mural di situ. Cara seperti ini pun juga bukan tanpa konflik. Komunitas lain justru melihat *tagging* yang dilakukan tidak dipandang mereka sebagai suatu tanda untuk menandai tembok itu namun sebagai suatu karya yang bisa ditimpa.

Berbagai bentuk konflik yang terjadi dalam kontestasi ini adalah selain pemerasan dalam bentuk uang yang dilakukan oleh komunitas yang merasa tidak dihargai ketika karyanya ditimpa, juga dalam bentuk mengarah ke konflik fisik. Selain hal tersebut media sosial juga turut dimainkan perannya terutama untuk menyuarakan opini jika karya komunitas ditimpa oleh komunitas lain. Tak jarang nada-nada provokasi bisa muncul dalam wujud status di *facebook*. Media sosial seperti *facebook* ini menjadi efektif dalam menyampaikan opini hingga kebencian kepada komunitas lain jika dianggap merugikan karya suatu komunitas. Konflik verbal bisa meluas berawal dari media sosial ini.

Hal yang menarik ketika dihadapkan pada strategi menangani konflik tersebut, keempat komunitas ini menyampaikan pendapatnya meski berbeda cara penyampaian namun substansinya jelas, yaitu menumbuhkan sikap menghargai

⁴ Istilah untuk pembuat grafiti.

meski tahu bahwa dinding itu bisa bermakna ruang publik sehingga secara bebas bisa direspon dengan mural. Wujud menghargai adalah jika dirasa bahwa karya mural yang dibuat telah lama ada di tembok, maka komunitas yang akan menempa kemudian terlebih dulu mencari tahu siapa yang membuat awalnya. Dari situ mereka akan meminta ijin untuk menempa. Komunitas Artpuccino bahkan hingga mencari-cari nomor telepon yang bersangkutan untuk dihubungi bahkan memasang foto tembok yang diincarnya itu di *facebook* dengan harapan ada yang memberi informasi mengenai pembuatnya. Komunitas Bunuhdiri bahkan enggan dan tidak enak hati untuk menempa karya milik komunitas lain. Bagi mereka lebih baik mencari tembok yang belum direspon daripada mencari konflik.

Komunitas HateHate juga berpandangan hal yang sama dengan Bunuhdiri, bahwa lebih baik mencari dinding yang belum direspon. Bagi mereka hal tersebut bukan hanya untuk menghindari konflik tetapi lebih kepada sikap menghargai karya komunitas lain. Sikapnya lebih didasari pula untuk mencari relasi sebanyak-banyaknya dan tenggang rasa. Pendapat agak berbeda diungkapkan oleh komunitas Horrorcrew yang beranggapan bahwa tembok jalanan adalah ruang publik sehingga bebas saja berkarya di situ, namun demikian memang dibutuhkan sikap menghargai atas karya komunitas lain jika bermaksud untuk menempa. Meski ada sikap menghargai bukan berarti meniadakan hakekat dinding tembok jalanan sebagai ruang publik yang bebas direspon oleh siapapun juga.

Ruang publik merupakan gambaran ideal Habermas atas demokrasi. Prinsip yang dipandang baik oleh tradisi yang demokratis adalah nilai keadilan, keragaman, kebebasan, dan solidaritas. Konsep keadilan dan keragaman berarti ada kebutuhan bagi pluralisme budaya dan representasi bagi begitu banyak opini publik, praktik budaya, dan berbagai kondisi geografis dan sosial. Kebebasan dan solidaritas berarti adanya bentuk berbagi dan kerja sama yang tidak dipaksakan (Barker, 2005; 381). Dalam konteks kontestasi komunitas mural di Surabaya dalam memperlakukan dinding jalanan sebagai ruang publik, maka demokrasi sudah menjadi ilusi. Tidak ada ruang publik yang benar-benar menciptakan ruang demokratis. Praktik mengooptasi dinding jalanan menjadi “hak milik” komunitas tertentu menjadi berlawanan dari konsep keadilan dan keragaman. Zukin (1996) menyatakan praktik seperti ini sebagai privatisasi ruang publik. Hal tersebut terkait dengan transformasi ruang-ruang terbuka yang beralih kepada kepemilikan termasuk pula terjadinya kontrol akses terhadap ruang publik yang berada di tangan kuasa keamanan.

C. Praktik Negosiasi dan Perlawanan

Komunitas mural di Surabaya mempraktikkan dua hal sekaligus dalam melakukan pertarungan untuk merespon dinding jalanan yang dimaknai sebagai ruang publik. Dua hal tersebut adalah praktik untuk melakukan negosiasi dan praktik dalam melawan. Praktik negosiasi adalah upaya dialog dengan pihak otoritas kota, pemilik dinding, maupun sesama komunitas mural dalam upaya merespon dinding jalanan. Melukis di tempat yang tak semestinya (tembok

dinding jalanan) berbeda dengan seperti yang dikenal awam selama ini seperti melukis di kertas dan kanvas. Hal tersebut sering berbenturan dengan ide ketertiban maupun kebersihan yang memandang bahwa dinding putih tanpa gambar adalah yang teratur. Ide ini biasanya muncul dari pemikiran otoritas kota yang menerbitkan peraturan mengenai estetika kota maupun ide dari pemilik dinding itu sendiri. Sedangkan bagi sesama komunitas mural, negosiasi diperlukan dalam usaha membuat karya mural bertahan lama tidak secepat mungkin ditimpa meski tempat yang dipakai adalah dinding jalanan yang bagi mereka adalah ruang publik. Praktik perlawanan adalah upaya menentang tanpa ada dialog karena pihak yang diserang adalah yang berlawanan secara ideologi.

Dalam kaitannya dengan praktik negosiasi ada dikotomi antara yang *keren* dan yang tidak *keren* jika berkaitan dengan hal itu. Bagi yang memandang bahwa membuat seni jalanan tidak perlu bernegosiasi beranggapan bahwa meminta ijin kepada pihak otoritas apakah itu dinas perkotaan maupun pemilik dinding dilihat sebagai cara yang tidak *keren*. Bagi mereka cara yang *keren* adalah tidak berijin bahkan jika perlu hingga berurusan dengan aparat pemerintah maupun aparat keamanan. Ada anggapan bahwa bila berurusan dengan kedua aparat tersebut maka dimasukkan dalam komunitas yang layak untuk disegani. Ada faktor yang memicu hormon adrenalin untuk berkarya seni mural dengan cara seperti ini. Sementara bagi yang bernegosiasi cara yang ilegal tersebut menghalangi proses berkesenian yang mengutamakan detail dan dinikmati banyak orang. Langkah negosiasi dianggap tepat jika menempatkan faktor hasil akhir berupa karya seni sebagai karya yang benar-benar bisa menghibur, memberi informasi, maupun memprovokasi dengan teknik yang diperhitungkan.

Pemilik tembok maupun pihak otoritas kota biasanya memberikan catatan untuk memperhatikan mural dalam jangka waktu tertentu. Tidak dibiarkan kusam hingga perlu dipikirkan untuk mengganti mural dengan yang baru. Hal tersebut sebagai jawab atas niat komunitas mural yang mau berdialog terlebih dahulu dengan mereka. Aparat keamanan seperti polisi dan Satpol PP juga tidak lagi banyak berurusan ketat dengan komunitas mural karena aturan yang longgar dari pemerintah kota perihal mural. Hal ini terjadi karena adanya negosiasi sehingga karya seni mural mulai diapresiasi dengan baik oleh masyarakat luas.

Pertarungan antar komunitas mural dalam memperebutkan tembok pun disikapi dengan negosiasi. Tenggang rasa dan sikap untuk menghargai karya milik komunitas yang berbeda merupakan salah satu wujud negosiasi yang ditujukan untuk menghindari konflik secara terbuka. Diskusi yang meski tidak rutin digelar namun cukup memberi ruang berbicara di antara sesama pelaku seni mural. *Surabaya Street Art Forum* yang digelar selama 2 kali dalam 2 tahun dan difasilitasi oleh komunitas Bunuhdiri adalah salah satu cara untuk mengakrabkan serta meminimalisasi potensi konflik sesama seniman mural. Pihak-pihak yang berseberangan selama membuat mural pun hadir.

Surabaya Street Art Forum yang pertama di samping presentasi karya dari komunitas-komunitas mural yang ada di Surabaya juga menghasilkan kesepahaman mengenai rasa menghargai antar komunitas mural hingga ada diskusi mengenai adanya kartu seniman jalanan yang diusulkan oleh anggota dewan perwakilan rakyat daerah kota Surabaya. Usulan terakhir ini tidak banyak mendapat sambutan karena terlalu berlebihan dalam mengapresiasi makin menjamurnya mural dan seni jalanan lainnya dalam kacamata otoritas kota.

Selain forum diskusi, komunitas mural di Surabaya juga aktif membuat karya secara bersama-sama. Tembok yang luas dan panjang pun dibagi-bagi. Cara negosiasi seperti ini pun tergolong efektif dalam meminimalisasi. Terbilang komunitas *Bunuhdiri* dan *Tiadaruang* pernah memfasilitasi pembuatan mural secara bersama-sama ini. Saling mengenal dengan baik dan terjalin relasi yang kuat di antara seniman mural menjadi hal terpenting dalam *event* tersebut. Selain dari komunitas sendiri yang memfasilitasi pembuatan mural bersama-sama, di luar komunitas juga pernah ada yang memfasilitasi, salah satunya ada *C2O library*. Perpustakaan kreatif yang sering menggelar acara diskusi dan bertemunya komunitas-komunitas kreatif di Surabaya ini terbilang rajin dalam memfasilitasi pembuatan mural secara bersama-sama. *Event* Mural Halal Bihalal, contohnya. Acara pembuatan mural yang mempertemukan komunitas-komunitas mural di Surabaya ini dibuat dalam rangka silaturahmi di hari raya Idul Fitri.

Ada kesamaan sikap di antara komunitas mural bahkan komunitas grafiti mengenai musuh bersama jika dikaitkan dengan praktik resistensi. Bila konflik sebelumnya terjadi di antara sesama komunitas, kini bila dihadapkan pada musuh yang sama maka mereka secara kompak mengatakan bahwa musuhnya adalah iklan luar ruang yang berwujud *billboard*, poster, dan mural. Dalam hal ini tidak ada dialog untuk merusak dan menimpa media-media iklan tersebut. Komunitas tersebut sangat resisten terhadap hal tersebut diakibatkan ideologi yang berbeda. Iklan dipandang oleh komunitas tersebut sebagai media yang menyuburkan ide konsumtivisme, sehingga apapun bentuk mediana akan dilawan.

Media iklan yang sangat dilawan adalah mural dari pengiklan *provider* telekomunikasi. Membuat media yang meniru dengan yang dilakukan seniman jalanan dianggap menyerobot ruang publik yang seharusnya bebas dari kooptasi pemodal besar. Mural-mural yang dibuat itupun hanya mengandalkan perulangan bentuk dan pesan, sehingga bagi komunitas mural hal demikian dianggap sebagai miskin kreativitas sehingga layak jika iklan dalam bentuk mural tersebut ditimpa. Iklan telekomunikasi yang hampir tiap hari telah dinikmati di media-media televisi atau koran dan berubah wujud di jalanan dalam bentuk mural, dipandang sebagai teror yang harus dilawan. Hal demikian sangat berbeda dengan maksud dan tujuan mural di ruang publik yang rata-rata bebas dari kepentingan ekonomi serta motif sebagai cara untuk mengeruk keuntungan.

Agensi periklanan rupanya tahu mengenai musuh bersama para pelaku seni di jalanan ini. *Brand* suatu produk rokok pernah membuat iklan dan

menggandeng komunitas grafiti untuk membuat media periklanan di jalan. Bisa jadi maksudnya adalah akan memberikan lama tayang lebih lama jika yang mengerjakan iklan dalam bentuk mural adalah komunitas itu sendiri. Namun parahnya yang dilakukan oleh iklan tersebut adalah menimpa karya mural yang sebelumnya menghiasi tembok itu. Sontak kabar yang cepat dan menyebar lewat media sosial ini melahirkan perlawanan yang sangat masif di komunitas mural dan grafiti sendiri. Tak bertahan lama iklan rokok itu pun berganti visual dengan cara ditimpa mural yang baru dan di beberapa tempat yang lain iklan tersebut dicaci maki lewat grafiti. Semua komunitas menayangkan foto iklan tersebut di media sosial dengan tujuan memberikan informasi mengenai keberadaan iklan yang akan ditimpa nantinya.

Konflik mencakup suatu proses di mana bermula dari pertentangan hak atau kekayaan, kekuasaan, kedudukan, dan seterusnya di mana salah satu pihak berusaha menghancurkan pihak yang lain. Sementara kekuasaan dibangun dalam relasi yang tidak seimbang, di mana perbedaan antara otoritas atau wewenang dengan kekuasaan penting. Kekuasaan cenderung menaruh kepercayaan pada kekuatan, sedangkan otoritas adalah kekuasaan yang dilegitimasi, dan sering diartikan sebagai dominasi.

Dalam sikap negosiasi dan resistensi tersebut, bagaimanapun subkultur anak muda merupakan satu konsep yang ambigu. Definisi legal dan ilegal tidak begitu merata. Keambiguan itu ditangkap oleh Hebdige (1988) sebagai diskursus tentang “gangguan” dan atau “senang-senang”. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh *brand-brand* dalam melihat peluang di mana konsumen dijadikan sekaligus sebagai representasi produk. Industrialisasi yang menghasilkan kebudayaan massa inilah yang mereduksi pemikiran mengenai anak muda komunitas yang selalu memiliki sikap perlawanan secara politis. Adorno dan Horkheimer melontarkan gagasan mengenai “industri budaya” untuk menunjukkan bahwa kebudayaan kini saling berhubungan antara ekonomi politik dan produksi budaya yang dilakukan oleh korporat-korporat. Menurut Adorno dan Horkheimer, produk budaya adalah komoditas yang dihasilkan oleh industri budaya yang sepertinya demokratis, individualistis dan beragam, namun kenyataannya adalah otoriter, serba seragam dan sangat terstandarisasi (dalam Sumriyadi, 2007).

Sejalan dengan pemikiran Kopytoff (1989), industri budaya akan mengubah formasi nilai guna kepada sesuatu yang diproduksi oleh sistem kapitalis, yaitu mendudukan dan menggunakan konsumen sebagai suatu komoditas. Periklanan mendorong terjadinya promosi gaya hidup daripada mempromosikan suatu produk. Hal inilah yang secara konkrit diwujudkan oleh komunitas-komunitas mural di Surabaya dalam bentuk perlawanan secara politis terhadap semua iklan yang menguasai dinding-dinding jalanan.

Fraser (1995) mengkritisi ruang publik yang secara spesifik dalam masyarakat borjuisnya Habermas, bahwa praktik ruang publik sebagai ruang demokrasi tidak pernah benar-benar ada. Justru ketimpangan sosial dalam konteks

bahwa komunitas mural tidak pernah mendapatkan akses setara terhadap ruang publik. Dalam kenyataannya beberapa komunitas mural tidak memiliki kesamaan dalam berpartisipasi dan mereka tidak memiliki ruang untuk mengartikulasikan bahasa, kebutuhan, dan keinginan mereka. Ini dampak dari bagaimana privatisasi dalam ruang publik yang melahirkan sikap kooptasi hingga komodifikasi yang mengeruk keuntungan dari kontestasi komunitas mural dalam memanfaatkan dinding-dinding jalanan.

D. Kesimpulan

Perkembangan seni mural yang mengglobal tidak serta merta mendapat perlakuan maupun penerimaan yang sama antar negara maupun antar kota. Tembok jalanan yang dianggap sebagai ruang publik oleh seniman mural karena dimaknai sebagai kanvas besar untuk merepresentasikan gagasan atau ide dari pembuatnya tidak berlaku sama dengan beberapa bagian di belahan negara maupun secara spesifik kota yang lain. Tembok justru merepresentasikan kekuasaan dan senimannya sendiri adalah aktor dari penguasa. Hirarki yang terbentuk ini memunculkan konsep bahwa pada tembok jalanan tidak ada yang namanya ruang publik. Ia telah dikuasai. Tidak ada yang namanya ruang publik dalam konteks tempat untuk merepresentasikan gagasan dalam masyarakat. Yang terjadi adalah usaha pertarungan memperebutkan kuasa.

Kuasa terkait dengan dominasi. Jika pun ada negosiasi, maka hal tersebut hanya untuk melegitimasi kekuasaan. Praktik negosiasi sekilas seperti menemukan nilai-nilai lokal yang biasa tercermin jika hidup bersosialisasi. Dalam praktik perebutan kuasa di komunitas mural, legitimasi diperoleh dengan cara memperbanyak eksistensi karya, memperluas pengaruh atau jaringan, dan ekspansi ke media. Dalam hal ini perkembangan media sosial sangat berpengaruh dalam membentuk dominasi. Media sosial seperti *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, *Flickr*, dan *Twitter* membantu dalam memperoleh legitimasi itu. Dalam masyarakat, anak-anak muda yang tergabung dalam komunitas ini adalah konsumen media serta pengguna pelbagai artefak media dan kebudayaan, memproduksi seperangkat identitas subkultural yang bergeser dan saling berjalani. Mereka mengungkapkan diri mereka dalam tingkatan yang tak biasa dalam teks, gambar, musik, dan gaya. Membuat mural pun jika dipertautkan kembali kepada media sebagai representasi anak muda, maka membuat seni mural tak lagi pada masalah penciptaan dan apresiasi seni melainkan berkembang pada masalah hasrat berkuasa dan gaya.

E. Daftar Pustaka

- Barker, Chris, (2005), *Cultural Studies; Teori dan Praktik*, terj. Nurhadi, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Burton, Graeme, (2012), *Media dan Budaya Populer*, terj. Alfathri Adlin, Yogyakarta: Jalasutra.

- Fraser, N. (1995). "Politics, Culture, and the Public Sphere: Towards a Postmodern Conception" in L. Nicholson and S. Seidman (ed.). *Social Postmodernism*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Harsono, FX . 2009. "Kebudayaan Massa yang Menghibur" dalam *Concept Magazine*, Jakarta: Concept.
- Hebdige, Dick, (1988), *Hiding in the Light*, London: Comedia.
- Kopytoff, Igor. (1989). "The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process" dalam *The Social Life of Things; Commodities in Cultural Perspective*. Arjun Appadurai (ed.). Cambridge.
- Prasetyo, Antonius Galih, (2012), "Menuju Demokrasi Rasional: Melacak Pemikiran Jurgen Habermas tentang Ruang Publik", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.
- Sumrihadi, Abdullah. (2007). "Diam dan Mari Nikmati: Industri Budaya sebagai Selera Massa", *Jurnal Global*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
- Zukin, S. (1996). *The Culture of Cities*. Oxford: Blackwell.