BAB II

FENOMENA REMAJA IBUKOTA DAN *STREET ART*

II.1. Remaja

Remaja adalah masa transisi dari anak-anak menuju ke masa dewasa, menghadapi remaja memang bukan pekerjaan mudah. Untuk memahami jiwa remaja dan mencari solusi yang tepat bagi permasalahannya, maka penting bagi kita memahami remaja dan perkembangan psikologinya yaitu konsep diri, intelegensi, emosi seksual, motif sosial, moral dan religi.

II.1.1 Definisi Remaja

Prof. DR. Sarlito W.S (2008) Remaja adalah suatu masa ketika individu berkembang dari saat pertama kali menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat mencapai kematangan seksual. Pada masa ini individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa dan terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri.



Gambar II.1 Remaja SMA

(Sumber :www.muvila.com/read/bangun-lagi-dong-lupus/di akses pada 2 November 2013)

II.1.2 Pengelompokan Remaja

World Health Organization menetapkan batas usia remaja dibagi menjadi 2 yaitu 11-14 tahun sebagai remaja awal dan 15-20 tahun sebagai remaja akhir. Sedangkan di Indonesia dimulai saat berumur 11- 24 tahun. Ciri- ciri perkembangan fisik dan psikomotorik remaja awal diantaranya :

a. Laju perkembangan sangat cepat.

b. Proporsi ukuran tinggi dan berat badan tidak seimbang.

c. Munculnya ciri-ciri skunder (tumbuh bulu pada *pubic region*).

d. Aktif dalam berbagai jenis permainan atau aktifitas.

Sedangkan ciri-ciri perkembangan fisik dan psikomotorik remaja akhir diantaranya :

a. Laju perkembangan menurun.

b. Proporsi ukuran tinggi dan berat badan seimbang.

c. Organ reproduksi siap difungsikan.

d. Lebih selektif memilih aktifitas.

II.1.3 Psikologi Remaja

Secara Psikologis kedewasaan menurut GW. Alport (1961, Hal 182) adalah sebagai berikut :

a. Pemekaran diri sendiri (*extension of the self)*, ditandai oleh : kemampuan seseorang untuk menganggap orang atau hal lain sebagai dirinya sendiri, egoisme berkurang, tumbuhnya kemampuan mencintai orang lain dan alam sekitarnya, bertenggangrasa, dan berkembangnya ego ideal.

b. Kemampuan untuk melihat diri sendiri secara *objective* (*self objectivication)* : Kemampuan untuk mempunyai wawasan tentang diri sendiri, kemampuan menangkap humor.

c. Memiliki falsafah hidup tertentu (*unifying philosophy of life)* : Seseorang itu mengerti bagaimana seharusnya ia bertingkah laku di dalam masyarakat.

Ciri - ciri tersebut biasanya dimulai sejak secara fisik tumbuh tanda - tanda seksual sekunder. Ia mulai jatuh cinta, mempunyai idola, dan seterusnya. Sampai pada taraf tertentu sehingga kepribadiannya menetap.

Masa remaja (*adolesence*) sering dianggap sebagai masa stres, masa yang penuh frustasi dan konflik, masa harus dilakukannya penyesuaian diri, masa percintaan dan roman dan masa pemisahan diri dari masyarakat dan kebudayaan orang dewasa.

II.2. *Street Art*

II.2.1 Sejarah Singkat *Street Art*

Meutia (2012) Grafiti bisa apa saja dari tulisan-tulisan dalam pena, atau mural dinding besar dengan cat. Grafiti telah ada sejak lama sebagai lukisan gua dicat gambar binatang, pertempuran dan diri mereka sendiri di dinding rumah mereka di gua-gua di Afrika dan Eropa. Grafiti dapat ditemukan di reruntuhan Yunani kuno dan diawetkan di reruntuhan Pompeii. Bukti tulisan acak pada dinding struktur yang kembali antara abad sebelum masehi sampai abad ke-4 telah ditemukan di tempat yang sekarang yang kini menjadi Suriah, Yordania dan Irak. Tulisan-tulisan ini, mengambil topik agama, politik, asmara. Beberapa kartun seperti gambar menyerupai orang juga telah ditemukan. Bangsa Romawi menulis grafiti di tembok dan monumen, dan tulisan-tulisan ini telah memberikan banyak wawasan tentang kehidupan di zaman kuno. Dari bangsa Maya di Guatemala dengan Viking dari Skandinavia, mereka semua meninggalkan jejak mereka di sepanjang rute perjalanan mereka selamanya melestarikan prestasi mereka dan gaya hidup bagi peradaban masa depan dunia.

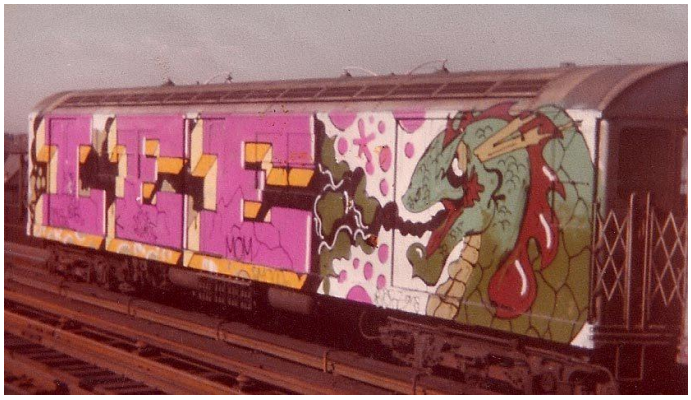


Gambar II.2 Lukisan dinding gua prasejarah

(Sumber : http:herwinda98.wordpress.com/2012/11/06/sejarah-seni-lukis-pada-zaman-prasejarah/diakses pada 30 Oktober 2013)

Grafiti modern sering dianggap sebagai bagian besar dari budaya *Hip Hop* yang dimulai di Amerika pada akhir 1960-an dan awal 1970-an. Sementara grafiti tidak asing untuk budaya *hip hop,* band *pun*k seperti *Black Flag* yang terkenal karena memiliki *stencilan* nama band mereka hampir di seluruh dinding di New York City, Los Angeles dan London pada 1970-an dan 80-an.

Pada tahun 1979 Fab Five Freddy, *rapper* dan Lee Quinones, seorang seniman grafiti, karya-karya mereka ditampilkan pada pembukaan galeri di Roma. Lee menampilkan karya seni yang berbeda dengan lainnya yang terkenal di New York. Seniman grafiti ini adalah paparan utama pertama bahwa Eropa sudah menjadi bentuk seni baru. Inggris memiliki grafiti sendiri *scene underground* yang banyak dilakukan oleh *rocker punk* dan fans mereka di London, tetapi seluruh Eropa telah melihat sangat sedikit gerakan ini yang muncul. *Tagging*, grafiti, *wheatpaste* segera menjadi pemandangan umum di kota-kota seperti London, Paris, Amsterdam, Roma dan Oslo.



Gambar II.3 Grafiti Karya Lee Quinones

(Sumber:http://rapgenius.com/skyzoo-krylon-1438160 diakses pada 30 Oktober 2013)

II.2.2 Perkembangan *Street Art* Di Indonesia

Menurut Andy Rharharha (2012) Pada tahun 1980-an dan awal 90-an gerakan grafiti menyebar seperti api baik nasional dan di seluruh dunia. Geng jalanan di Chicago, Dallas dan kota-kota lain di seluruh kota menggunakan grafiti untuk menandai wilayah dan mengancam anggota geng. Di Eropa dan Asia budaya hip hop telah menjadi sama besar seperti di Amerika, seniman grafiti yang membuat karya grafiti di kereta dan dinding hampir disetiap kota besar.

Begitu juga di Indonesia banyak bermunculan para *street artist* di kota-kota besar khususnya di Jakarta yang sangat padat dengan aktifitas para pekerja, isu-isu sosial, politik, dan agama. Para *street artist* memulai eksistensinnya dengan menggarap tembok-tembok di jalan, pintu-pintu pertokoan, ruang publik, gardu listrik, terowongan jalan. Mereka membuat poster, *wheatpaste,* mural *, stencil*, grafiti yang berisikan isu-isu sosial ataupun politik yang sedang marak di bicarakan oleh masyarakat Jakarta, ada juga yang mengingatkan sesuatu hal ringan namun sangat penting. Mereka protes dengan membuat sindiran-sindiran halus menggunakan kata-kata ataupun gambar ilustrasi.

Menurut Andi Rharharha seorang seniman *street art* di Jakarta dan *founder* dari ISAD (Indonesia Street Art Database), *street art* adalah sebagai salah satu saksi sejarah perjalanan bangsa Indonesia, salah satunya dokumentasi mural tahun 1946 di Tangerang yang didokumentasikan oleh *fotographer* Belanda. Isinnya tentang propaganda kemerdekaan yang ingin terbebas dari penjajahan. Sedangkan zaman

post grafiti yang berlangsung di Amerika tahun 70'an berisikan tentang perlawanan sistem, lokasinya kebanyakan di *subway*. Kemudian Tahun 1973 Taki 183 masuk New York Times membuat *tagging* untuk menandai daerahnya. Kiblat grafiti tahun 70an lebih ke arah Amerika. Di Rusia sendiri *street art* sudah ada sejak tahun 1918, dan di sana juga menjadi perjalanan sejarah di negara mereka sendiri.



Gambar II.4.Mural Tahun 1946

(Sumber:http:/ artjounal.com/2012/08/21/preving-indonesia-streetart/ diakses pada 30 Oktober 2013)

Di Indonesia sendiri mulai berkembang sejak Indonesia merdeka tahun 1945, mereka sudah mulai membuat *tagging-tagging* di *rollingdoor* kayu untuk menyampaikan pesan tujuan kepada situasi kondisi pribadi atau kepada penjajah. *Street art* mempunyai kekuatan nyata karena asumsinya langsung ke ruang publik, dan masyarakat dapat menilai pesan yang ingin di sampaikan. *Street art* bisa menjadi terapi bagi sebagian individual, khususnya kaum-kaum *marjinal* yang terlupakan oleh pemerintah, mereka menyuarakan suaranya dengan membuat grafiti di jalanan, sebagai bentuk protes kepada pemerintah yang tidak mempedulikan nasib mereka. *Stree art* di Indonesia sendiri lebih mudah, karena untuk membuat grafiti di Indonesia umur 10 tahun sudah bisa turun ke jalan, sedangkan di Amerika untuk membuat grafiti minimal harus berumur 18 tahun, pengaruhnya sangat besar untuk mengetahui sejarah dibalik pembuatan grafiti tersebut. Beberapa *street artist* yang sudah di kenal di Indonesia adalah Popo, Darbotz, BujanganUrban, Koma-Indo dan Stenzilla. Karya mereka sering

mewarnai tembok-tembok ibukota, dengan karya mereka yang unik dan kreatif dapat memberikan sentuhan segar di tengah-tengah sibuknya kota Jakarta.

II.2.3 Pengelompokan *Street Art* Di Indonesia

2.2.1 Mural

Menurut Andi Rharharha (2012) Mural berasal dari kata ‘murus’, kata dari Bahasa Latin yang memiliki arti dinding. Dalam pengertian kontemporer, mural adalah lukisan berukuran besar yang dibuat pada dinding, langit-langit, atau bidang datar lainnya. Asal mural dimulai jauh sebelum peradaban modern, bahkan diduga sejak 30.000 tahun sebelum Masehi. Sejumlah gambar prasejarah pada dinding gua di Altamira, Spanyol, dan Lascaux, Prancis, yang melukiskan aksi-aksi berburu, meramu, dan aktivitas relijius, kerap kali disebut sebagai bentuk mural generasi pertama.



Gambar II.5. Mural

(Sumber:http://karbonjornal.com.org/article/ di akses pada 30 Oktober 2013)

2.2.2 Grafiti

Menurut Andi Rharharha (2012) Grafiti adalah mengambar atau pun menulis di dinding atau tempat-tempat umum dengan menggunakan cat semprot untuk menyampaikan ekspresi dan aspirasi di ruang publik.



Gambar II.6.Grafiti

(Sumber:http://edge.neocha.com/in-the-neighborhood/in-the-neighborhood-darbotz-squid monster-street-art diakses pada 30 Oktober 2013)

2.2.3 *Stencil*

Menurut Andi Rharharha (2012) *Stencil* adalah seni jalanan yang menggunakan cetakan berupa karton atau duplek yang sudah di bentuk, lalu menyemprotkannnya dengan cat semprot, cara ini untuk memudahkan memperbanyak karyanya .



Gambar II.7.*Stencil*

(Sumber:http://www.stencilarchive.org/archive/mazorazor/diakses pada 30 Oktober 2013)

2.2.4 *Wheatpaste*

Menurut Andi Rharharha (2012) *Wheatpaste* adalah perekat cair yang terbuat dari tepung kanji dan air. Ini telah digunakan sejak zaman kuno untuk berbagai seni dan kerajinan seperti menggelem buku, kolase. Hal ini juga dibuat untuk tujuan merekatkan poster kertas untuk dinding dan permukaan lainnya.

Menempelnya mengunakan pasta *wallpaper,* dibuat dengan mencampur bagian kira-kira sama dari tepung dan air dan memanaskannya sampai mengental.



Gambar II.8.*Wheatpaste*

(Sumber:http://www.fatcap.com/graffit/streoflow/bandung/di akses pada 30 Oktober 2013)

2.2.5 *Sticker Art*

Menurut Andi Rharharha (2012) *Sticker Art* adalah bentuk dari seni jalanan di mana gambar atau pesan ditampilkan ke publik dengan menggunakan stiker. Stiker ini dapat mempromosikan agenda politik, mengomentari kebijakan, masalah sosial, atau sekedar mengambarkan identitas kita sendiri .



Gambar II.9.*Sticker Art*

(Sumber:http://lorongkosong.blogspot.com/stickerparty-gardu-house/diakses pada 30 Oktober 2013)

2.2.6 *Tape Art*

Menurut Andi Rharharha (2012) *Tape art* atau lebih dikenal dengan seni lakban ini menggunakan alat utama berupa lakban warna-warni untuk merespon isu-isu yang beredar di masyarakat, ataupun hanya mengingatkan hal kecil yang hampir terlupakan.



Gambar II.10.*Tape Art*

(Sumber:http://cretivefinder.com/portofolioimage/taplakgunung/diakses pada 25 Oktober 2012)

II.3. Jakarta

Budi (2011) Jakarta merupakan ibukota dari Indonesia, Jakarta memiliki daerah yang cukup luas terdiri dari lima kotamadya, yaitu Jakarta Utara, Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, Jakarta Barat, dan Jakarta Timur. Jakarta memiliki lebih dari sepuluh juta penduduk. Jakarta selain ibukota dan pusat pemerintahan juga merupakan salah satu pusat tren bagi remaja di Indonesia. Jakarta banyak memberikan pengaruh kepada pergaulan remaja di Indonesia. Pergaulan remaja di Jakarta cukup menghawatirkan karena banyak konflik yang memicu terjadinya tawuran pelajar remaja antar sekolah yang disebabkan oleh hal-hal kecil. Banyak pelajar remaja yang menghabiskan waktunya melakukan hal-hal yang kurang baik dan bermafaat. Tawuran pelajar rentan terjadi diberbagai daerah di Jakarta, paling sering terjadi di daerah Jakarta Selatan diantaranya Bulungan, Blok M, dan Tebet. Para remaja pelajar di Jakarta sering menghabiskan waktu mereka sepulang sekolah di toko swalayan 24 jam untuk mengobrol, merokok, dan terkadang mabuk-mabukan sehingga memicu terjadi keributan antar pelajar dari sekolah lain.



Gambar II.11. Monumen Nasional

(Sumber:http://cintabetawi.blogspot.com/2012/02/sejarah-hari-lahirnya-kota-jakarta.html diakses pada 9 November 2013)

II.4. Kampanye

II.4.1 Definisi Kampanye

Rogers dan Storey (1987:7) mendefinisikan kampanye yaitu "Serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada jumlah khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu". Merujuk pada definisi ini maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung empat hal yakni :

1. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu.
2. Jumlah khalayak sasaran yang besar.
3. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu.
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Kampanye dalam praktiknya senantiasa mendayagunakan teori-teori dan teknik-teknik persuasi yang kebanyakan diperoleh di ruang-ruang laboratorium untuk kemudian diterapkan guna mencapai tujuan di lingkungan nyata. Dalam jenis-jenis kampanye pada prinsipnya adalah membicarakan motivasi yang melatar

belakangi diselenggarakanya sebuah program kampanye akan di gerakkan dan apa tujuan yang akan di capai.

II.4.2 Ciri-Ciri Kampanye

Kampanye merupakan wujud tindakan komunikasi yang terencana dan ditujukan untuk mempengaruhi khalayak. Kampanye menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan gagasan-gagasan meraka. Setidaknya ada tujuh ciri-ciri kampanye yaitu sebagai berikut :

1. Sumber kampanye selalu dapat diidentifikasi secara jelas. Nama lembaga yang menjadi penyelenggara kampanye biasanya tercantum atau disebutkan dalam berbagai saluran komunikasi yang digunakan.

2. Dalam hal ini kampanye senantiasa dilakukan dalam periode waktu tertentu kapan dan berapa lama sebuah program kampanye dilakukan selalu dinyatakan jelas.

3. Sifat gagasan-gagasan kampanye terbuka untuk diperdebatkan.

4. Tujuan kampanye selalu jelas dan spesifik. Sebagian besar program kampanye juga sangat bervariasi bergantung pada jenisnya.

5. Kampanye sangat menekankan kesukarelaan dan menghindari pendekatan *koersif*.

6. Kampanye memiliki kode etik yang mengatur cara dilakukannya kegiatan.

7. Dalam kampanye tujuan kedua belah pihak perlu diperhatikan agar tujuan dapat dicapai

II.4.3 Kategori Kampanye

Menurut Charles U. Larson dalam Venus (2004:11) jenis kampanye di bagi kedalam tiga kategori yaitu :

1. *Product-oriented Campaigns* atau kampanye yang berorientasi pada produk umumnya terjadi dilingkungan bisnis. Istilah lain dari kampanye ini adalah

commercial campaigns atau *corporate campaigns*. Motivasi yang mendasarinya adalah memperoleh keuntungan komersial.

2. *Candidate-oriented Campaig*ns atau kampanye yang berorientasi pada kandidat umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan politik. Jenis kampanye dapat disebut political *campaigns*.

3. *Ideology or Cause Oriented Campaigns* adalah jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan sering kali berdimensi perubahan sosial. Jenis kampanye ini biasa disebut *social change campaigns*. Kampanye ini ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik terkait.

Dari perbedaan-perbedaan jenis-jenis kampanye diatas, pada prakteknya ketiga macam kampanye tersebut hampir tidak berbeda. Ketiganya dapat menggunakan strategi komunikasi yang sama untuk menjual produk, kandidat atau gagasan mereka terhadap khalayak.

II. 5 Ikhtisar Teori

Remaja merupakan saat dimana mereka mencari jati diri. Para remaja menyukai hal-hal menantang dan mencoba sesuatu yang baru dalam hidup mereka, di fase ini mereka belajar dari lingkungan sekitar dan idola yang remaja pelajar suka. Remaja di Jakarta merupakan cerminan dari beberapa kegiatan remaja di Indonesia, para remaja melakukan kegiatan yang dianggap gaul untuk menjaga eksistensinya dalam bergaul sehari-hari. *Street art* merupakan suatu kegiatan berkesenian yang dapat membantu remaja dalam pembentukan jati diri, dengan berkegiatan *street art* remaja bisa menuangkan ekspresi diri untuk lebih kreatif dalam bentuk karya dan memanfaatkan waktu luang sehabis pulang dari sekolah.

II.6 Hasil Penelitian Dan Tanggapan Remaja SMA Tentang *Street Art* di Jakarta

Menurut Tempo (24/09/2012) bahwa remaja SMA Jakarta di daerah Jakarta Selatan sering terjadi tawuran antar SMA, diantaranya siswa SMAN 6 dengan siswa SMAN 70. Tawuran di antara SMA sudah terjadi sejak puluhan tahun yang

lalu, tidak jelas penyebabnya, namun tawuran sudah menjadi langganan antara kedua SMA yang terkenal di Jakarta Selatan. Tidak jarang korban tawuran luka-luka bahkan menimbulkan korban jiwa. Tawuran seperti ini tidak ada manfaatnya sama sekali bagi kedua belah pihak SMA, justru malah merugikan kedua SMA dari segi materi dan waktu terbuang percuma hanya demi kesenangan sesaat. Padahal siswa SMA bisa memanfaatkan waktu lebih bermanfaat dan lebih kreatif lagi daripada sekedar tawuran saja, khususnya di daerah Jakarta Selatan.

Adapun beberapa tanggapan wawancara dari siswa dan siswi SMA kelas X dan kelas XI di beberapa SMA di Jakarta yang diambil secara acak, mengenai pengetahuan dan ketertarikan para siswa terhadap *street art* di Jakarta. Pada dasarnya remaja SMA sudah mengetahui *street art* ini sendiri, dari 80% siswa menyatakan kurang mengetahui tentang *street art* yang mereka tahu sebagian besar *street art* adalah menggambar menggunakan cat semprot di tembok. Dan para siswa dan siswi tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang *street art*.

Tabel.II.1 Wawancara 1

NO	Pertanyaan	Responden	Kurang Tahu	Tahu
1	Apakah anda mengetahui street art?	10	7	3

Tabel.II.2 Wawancara 2

NO	Pertanyaan	Responden	Kurang Tertarik	Tertarik
2	Apakah anda tertarik untuk mempelajari street art?	10	0	10

II.6.1 Kesimpulan dan Solusi

Tabel.II.3 Wawancara 3

NO	Pertanyaan	Responden	Nongkrong-Nongkrong	Tidak Nongkrong
3	Apakah yang anda lakukan sepulang dari sekolah?	10	8	2

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan, bahwa para remaja di Jakarta 80% masih banyak yang menghabiskan waktunya untuk melakukan hal-hal yang kurang bermanfaat bahkan cenderung merugikan diri mereka sendiri dan orang lain. Remaja dapat memanfaatkan waktu lebih mereka untuk lebih kreatif, dari pada hanya sekedar duduk-duduk di warung atau halte sepulang sekolah.