

“STREET ART” SEBAGAI IDENTITAS KOMUNITAS SENIMAN SOLO IS SOLO DI SURAKARTA

¹Taufan Amirullah Abiyoga, ²Muhammad Faizal Agung Nugroho, ³Rizky Fitria
Hakim

^{1,2,3} Universitas Sains Indonesia

E-mail: Taufanabiyoga04@gmail.com

Abstrak

Identitas komunitas merupakan tindakan suatu individu dalam mengkonstruksi dan memelihara identitas kolektif mereka. Identitas komunitas mencakup elemen-elemen seperti nilai bersama, tradisi, simbol, dan pengalaman kolektif yang membedakan komunitas tersebut dari kelompok lain untuk mempertahankan eksistensi. Konsep *Street Art* atau Seni Jalanan mempunyai ciri dan karakteristik yang unik, karena *Street art* sering kali dipengaruhi oleh budaya jalanan dan memiliki keterkaitan erat dengan isu sosial, politik, dan identitas. Konsep inilah yang menjadi pedoman komunitas seniman Solo Is Solo dalam menyelenggarakan kegiatan atau aktivitas kesenian di Kota Surakarta karena street art memiliki daya tarik karena menghidupkan ruang kota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep kesenian yang relevan dengan perkembangan zaman melalui konsep *Street Art* agar mampu menimbulkan daya tarik masyarakat serta dapat dinikmati oleh masyarakat secara umum. Fokus penelitian ini adalah bagaimana komunitas seniman Solo Is Solo menyajikan konsep *Street Art* dalam kegiatan kesenian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan studi literatur yang bersumber dari artikel ilmiah, buku dan referensi internet. Penelitian ini memberikan sudut pandang baru dalam memahami nilai suatu budaya yang dipandang negatif, namun dapat memberikan dampak positif dengan pengemasan yang terstruktur dan sistematis.

Kata Kunci: Identitas Komunitas; Street Art; Urban Art; Seniman; Aktivitas Kesenian

Abstract

Community identity is the act of an individual constructing and maintaining their collective identity. Community identity encompasses elements such as shared values, traditions, symbols, and collective experiences that distinguish the community from other groups in order to maintain its existence. The concept of Street Art possesses unique characteristics, as it is often influenced by street culture and has a close connection to social, political, and identity issues. This concept guides the Solo Is Solo artist community in organizing art activities in the city of Surakarta, as street art has an appeal due to its ability to enliven urban spaces.

This research aims to understand artistic concepts relevant to contemporary developments through the concept of Street Art, in order to generate public interest and be enjoyed by the general public. The focus of this research is how the Solo Is Solo artist community presents the concept of Street Art in their artistic activities. This

research employs a qualitative method with a descriptive qualitative approach and literature review sourced from scientific articles, books, and internet references. This research provides a new perspective in understanding the value of a culture that is often viewed negatively, but can have a positive impact with structured and systematic packaging.

Keywords: Community Identity; Street Art; Urban Art; Artists; Artistic Activities

Pendahuluan

Solo Is Solo merupakan sebuah komunitas seniman yang terbentuk dalam sebuah yayasan yang berdiri pada tahun 2017 dengan visi dan misi pemberdayaan masyarakat yang berlokasi di Surakarta, Jawa Tengah. Program Yayasan Solo Is Solo yaitu fokus memberdayakan para kreator seni dengan menciptakan ruang publik dengan konsep Seni Jalanan (Street Art). Kantor Yayasan Solo Is Solo terletak di Koridor Gatot Subroto, Jl. Gatot Subroto No.46, Kemlayan, Kec. Serengan, Kota Surakarta.

Konsep *Street Art* atau seni jalanan menjadi salah satu karakter yang dipilih oleh Komunitas Seniman Solo Is Solo. Menurut Jeffrey dan Rose (2011) *Street Art* adalah bentuk seni yang demokratis karena dapat diakses oleh masyarakat luas, tidak seperti seni konvensional yang terbatas pada ruang pameran atau gallery, seni jalanan ada di ruang publik dan dapat dilihat oleh siapa saja tanpa biaya. Bishop (2012) berpendapat bahwa Seni jalanan dapat dilihat sebagai bentuk komunikasi visual yang efektif. Grafiti dan mural mengandung pesan-pesan yang sering kali politis atau sosial, dan mudah dipahami oleh khalayak luas, menjadikannya alat komunikasi yang kuat. Bishop (2012) melihat seni jalanan sebagai bentuk seni partisipatif yang tidak hanya berfungsi sebagai komunikasi visual, tetapi juga sebagai bentuk interaksi dengan masyarakat. Sedangkan Doherty (2020) mengkaji bagaimana seni jalanan digunakan sebagai alat untuk memperjuangkan keadilan sosial dan politik, menghubungkan seni dengan tindakan kolektif untuk perubahan.

Sarah Hall dalam teori *Street Art* sebagai Ekonomi Kreatif (2019) menjelaskan bahwa seni jalanan kini telah menjadi bagian dari ekonomi kreatif, di mana seni jalanan tidak hanya dipandang sebagai ekspresi individu, tetapi juga sebagai komoditas ekonomi. Beberapa seniman *Street Art* kini menjadikan karya mereka sebagai produk yang dipasarkan, baik dalam bentuk cetakan, stock, maupun kolaborasi dengan merek atau galeri. Fenomena ini berhubungan dengan teori ekonomi kreatif yang menekankan nilai ekonomi yang dihasilkan dari ekspresi artistik.

Jill Casid dalam *The Politics of Representation in Street Art* (2020) menganalisis bagaimana seni jalanan digunakan untuk membentuk dan mendefinisikan representasi identitas di ruang publik, dan bagaimana seni ini berfungsi sebagai alat perlawanan terhadap narasi umum. Seni jalanan dipandang sebagai medium untuk merepresentasikan identitas kolektif dan individu.

Mikhelson (2001) menjelaskan ciri budaya *Street Art* yaitu interaksi dengan ruang publik dan keterikatan dengan konteks lokal. Diperkuat oleh Ferguson (2010) bahwa ciri dari budaya Street Art yaitu sederhana, jelas, inovatif dan kreatif.

Pemilihan konsep *Street Art* atau seni jalanan berdasarkan keresahan dan

permasalahan yang muncul di tengah masyarakat kota Surakarta. Masalah utama adalah banyaknya aksi vandalisme yang terjadi di Kota Surakarta, hal tersebut memberikan efek negatif dari sisi estetika kota. Oleh karena itu perlu adanya solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan mengalihkan hal negatif dari seni jalan menjadi hal yang positif dan memberikan manfaat. Manfaat yang positif inilah yang diharapkan dari komunitas Solo Is Solo yaitu melalui program kegiatan dengan konsep *Street Art* yang dikemas secara terorganisir, terstruktur dan sistematis.

Metode

Fokus penelitian ini adalah bagaimana komunitas seniman Solo Is Solo menyajikan konsep *Street Art* dalam kegiatan kesenian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan studi literatur yang bersumber dari artikel ilmiah, buku dan referensi internet. Menurut Sugiyono (2019), metode kualitatif sering disebut dengan metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, arsip dan dokumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif dengan tahapan reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik validitas data melalui triangulasi data dan review informan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Solo Is Solo

Solo Is Solo merupakan sebuah yayasan yang berdiri pada tahun 2017 dengan visi dan misi pemberdayaan masyarakat yang berlokasi di Surakarta, Jawa Tengah. Program Yayasan Solo Is Solo yaitu fokus memberdayakan para kreator seni dengan menciptakan ruang publik dengan konsep Seni Jalanan (*Street Art*). Kantor Yayasan Solo Is Solo terletak di Koridor Gatot Subroto, Jl. Gatot Subroto No.46, Kemlayan, Kec. Serengan, Kota Surakarta.

Visi dan Misi dari Yayasan Solo Is Solo secara garis besar adalah memberikan kontribusi di bidang pemberdayaan ruang publik melalui kesenian. Adapun secara spesifik visi dari Yayasan Solo Is Solo adalah (1) Menjadi pelopor dalam membentuk ruang publik yang kolaboratif melalui program pemberdayaan kreatif di Kota Surakarta; (2) Menjadi pelopor dalam menciptakan ruang publik sebagai destinasi wisata, ruang industri kreatif, dan ekonomi kreatif di Kota Surakarta. Kemudian Misi Yayasan Solo Is Solo yaitu melaksanakan berbagai program inisiatif dengan menyelenggarakan kegiatan berbasis seni budaya, festival, riset, pembinaan, workshop, dan edukasi lintas bidang seni yang bertujuan memberikan manfaat kepada masyarakat.

Solo Is Solo memiliki berbagai rangkaian kegiatan kesenian baik sifatnya edukatif maupun komersial. Seluruh kegiatan yang diselenggarakan mengangkat konsep *Street Art* atau seni jalanan, yaitu meliputi *Street Art Mural Gallery*, *Street Art Market*, *Street Art Performing*, *Street Food*, *Street Flower Market* dan *Street Art Study*. Langkah tersebut ditempuh untuk menguatkan identitas komunitas yang fokus terhadap *Street Art* atau seni jalanan.

Street Art: Aktivitas Kesenian

1. Street Art Mural Gallery



Gambar 1. *Street Art Mural* dikawasan Koridor Gatot Subroto
(Sumber: Dokumen Pribadi: 2025)

Street Art Mural Gallery adalah program yang mewadahi para seniman dalam berkarya seni mural maupun grafiti di ruang publik Kota Surakarta yang dilakukan secara legal dan berizin. Melalui program ini, Pemerintah Kota bersama Kelompok Seniman Solo Is Solo memberikan ruang bagi seniman akademisi maupun seniman jalanan untuk berkreasi. Hal tersebut dimaksudkan agar tindakan vandalisme yang tidak bertanggungjawab bisa diminimalisir.

Pada area utama *Street Art Mural Gallery* yaitu di kawasan Koridor Jalan Gatot Subroto dan sekitarnya terdapat puluhan karya seni mural dan grafiti di ruang publik yang bisa dinikmati oleh para wisatawan kota. Program ini mampu menambah nilai estetika kota dan meningkatkan daya tarik wisatawan.

2. *Street Art Market*



Gambar 2. *Street Art Market* di Koridor Gatot Subroto
(Sumber: Instagram/Soloissolo 2025)

Street Art Market merupakan program pasar kesenian yang berada di Koridor Gatot Subroto. *Street Art Market* ini mengusung program pemberdayaan UMKM yang berbasis seni *handmade*, artinya para *tenant* yang berdagang di *Street Art Market* adalah para *art creator* yang dipilih melalui sistem kurasi oleh Yayasan Solo Is Solo. Kegiatan ini rutin dilaksanakan setiap akhir pekan hari jumat dan sabtu, serta hari libur dan *event* spesial.

3. *Street Art Performing*



Gambar 3. Rangkaian Event *Street Art Performing* di Koridor Gatot Subroto

(Sumber: Instagram/Soloissolo 2025)

Street Art Performing merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan di *Street Art Market* berupa panggung kesenian yang menampilkan *performing arts*, *fashion show*, seni tradisional, dan pentas musik. *Street Art Performing* mampu menarik perhatian penonton dan pengunjung Koridor Gatot Subroto meskipun konsep kegiatan tersebut adalah *Street Art* yang berada di jalanan.

4. *Street Food*



Gambar 4. *Street Food*

(Sumber: Instagram/Soloissolo 2025)

Street Food merupakan konsep pasar jajanan pinggir jalan yang dikemas dengan *Street Art Market*. Solo Is Solo mengundang UMKM *Food and Beverages* untuk berdagang di kawasan Jalan Kemlayan, Surakarta. Konsep utama adalah jajanan jalanan atau *Street Food*.

5. *Street Flower Market*



Gambar 5. Event Street Flower Market
(Sumber: Instagram/Soloissolo 2025)

Street Flower Market merupakan pasar bunga yang diadakan setiap akhir pekan dikawasan jalan Gatot Subroto, Surakarta. Berisi UMKM yang telah lolos kurasi dengan bidang kreasi bunga.

6. Street Art Study



Gambar 6. Workshop Event
(Sumber: Instagram/Soloissolo 2025)



Gambar 7. Aktivitas Art Study Pembelajaran Seni Mural
(Sumber: Instagram/Soloissolo 2025)

Solo Is Solo mempunyai program kegiatan yang berbau pendidikan dengan nama *Art Study* yang diantaranya meliputi workshop kesenian dan *street art tour*. Kegiatan ini memberikan fasilitas bagi wisatawan lokal maupun mancanegara untuk belajar kesenian melalui workshop dan edukasi terkait seni jalanan.

Identitas Solo Is Solo melalui *Street Art*

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur, Komunitas Seniman Solo Is Solo dapat dilihat secara garis besar bahwa komunitas ini konsisten dengan konsep *Street Art* di segala program dan aktivitasnya. Konsep *Street Art* yang merupakan budaya sub-urban dikemas menjadi kegiatan penuh dengan manfaat dengan memanfaatkan ruang publik kota. Sesuai dengan pernyataan Sarah Hall dalam teori *Street Art* sebagai Ekonomi Kreatif (2019) menjelaskan bahwa seni jalanan saat ini telah menjadi bagian dari ekonomi kreatif, di mana seni jalanan tidak hanya dipandang sebagai ekspresi individu, tetapi juga sebagai komoditas ekonomi. Beberapa seniman *Street Art* kini menjadikan karya mereka sebagai produk yang dipasarkan, baik dalam bentuk cetakan, stock, maupun kolaborasi dengan merek atau galeri. Hal tersebut terlihat dari rangkaian kegiatan rutin yang diadakan oleh Komunitas seniman Solo Is Solo yaitu *Street Art Market*, *Street Food*, *Street Art Mural Gallery* dan *Street Flower Market*. Semua rangkaian kegiatan dan tema kegiatan menerapkan konsep *Street Art* yang mencakup lokasi kegiatan yang berada di koridor jalan dan pemanfaatan ruang publik kota sebagai media untuk menyalurkan ide dan aspirasi.

Identitas branding dengan konsep *Street Art* yang begitu kuat, menjadikan komunitas ini mendapatkan perhatian masyarakat. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Surakarta tahun 2023 pada bulai Mei 2024 area wilayah Mangkunegaran dan Jalan Gatot Subroto ditinjau dari wisatawan nusantara sebesar 6392 pengunjung dan wisatawan mancanegara sebesar 143186 pengunjung. Dilansir dari Solopos.com tingkat kunjungan wisatawan di Solo sepanjang 2023 naik dua kali lipat dibandingkan 2022. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Surakarta pada 2023 mencapai 5.541.700 orang sedangkan pada 2022 sekitar 2,5 juta orang. Kepala Bidang (Kabid) Destinasi dan Pemasaran Wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Solo, Gembong Hadiwibowo mengatakan tingkat kunjungan wisatawan didominasi wisatawan nusantara sebanyak 5.519.581 orang sedangkan, turis mancanegara sebanyak 22.119 orang.

Data tersebut di atas menunjukkan bahwa dari beberapa sektor pariwisata yang berada di Surakarta terkhusus adalah kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Seniman Solo Is Solo, Kawasan Koridor Gatot Subroto mengalami peningkatan jumlah pengunjung baik lokal maupun mancanegara. Dibuktikan terdapat peningkatan pengunjung dari tahun 2022 sampai tahun 2023 meningkat sebesar sebesar 121,67%.

Berdasarkan temuan tersebut, Kelompok Seniman Solo Is Solo telah mengadopsi konsep *Street Art* sebagai ide dalam sebuah manajemen kesenian yang diterapkan kedalam beberapa kegiatan positif sehingga masyarakat mengenal budaya kelompok marginal melalui kemasan yang lebih baik, sehingga mampu menjadi destinasi wisata untuk meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Surakarta.

Kesimpulan

Kelompok Seniman Solo Is Solo memiliki berbagai rangkaian kegiatan kesenian baik sifatnya edukatif maupun komersial. Seluruh kegiatan yang diselenggarakan mengangkat konsep *Street Art* atau seni jalanan, yaitu meliputi *Street*

Art Mural Gallery, Street Art Market, Street Art Performing, Street Food, Street Flower Market dan Street Art Study. Langkah tersebut ditempuh untuk menguatkan identitas komunitas yang fokus terhadap *Street Art* atau seni jalanan.

Semua rangkaian kegiatan dan tema kegiatan menerapkan konsep *Street Art* yang mencakup lokasi kegiatan yang berada di koridor jalan dan pemanfaatan ruang publik kota Kota Surakarta sebagai media untuk menyalurkan ide dan aspirasi. Kelompok Seniman Solo Is Solo telah mengadopsi konsep *Street Art* sebagai ide dalam sebuah manajemen kesenian yang diterapkan kedalam beberapa kegiatan positif sehingga masyarakat mengenal budaya kelompok marginal melalui kemasan yang lebih baik, sehingga memberikan dampak positif yang meliputi: 1) Penataan ruang publik yang mengedepankan nilai estetika seni sebagai destinasi wisata, 2) meminimalisir aksi yang buruk yaitu vandalisme dan 3) Meningkatnya jumlah wisatawan kota.

Daftar Pustaka

- Bishop, C. (2012). *Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship*. Verso.
- Casid, J. (2020). *The Politics of Representation in Street Art*. *Journal of Visual Culture*, 19(2), 123-145.
- Doherty, G. (2020). *The Political Power of Street Art: Art as Activism in the 21st Century*. *Art Journal*, 79(3), 50-72.
- Hall, S. (2019). The Creative Economy and Street Art: The Intersection of Art, Business, and Culture. *Creative Industries Journal*, 12(1), 105-123.
- Mikhelson, A. (2001). The Street Art as Public Art: A Social and Cultural Approach to Graffiti. *Social Science Journal*, 38(1), 61-77.
- Ferguson, R. W. (2010). *Street Art: The Graffiti Revolution*. Thames & Hudson.
- Ross, J. I. (2011). Graffiti, Street Art, and the Public Sphere. *The Canadian Review of Sociology/Revue canadienne de sociologie*, 48(2), 157-180.
- Sugiyono. (2019). *Metode Kuantatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Internet Source

<https://www.instagram.com/soloissolo/>

<https://surakartakota.bps.go.id/>

<https://solopos.com>