

# BERKOMUNIKASI SECARA VISUAL MELALUI MURAL DI JOGJAKARTA

**Obed Bima Wicandra**

Dosen Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain  
Universitas Kristen Petra, Surabaya  
E-mail: obedbima@petra.ac.id

## ABSTRAK

Seni mural di Jogjakarta mulai berkembang akhir-akhir ini sebagai bentuk kegelisahan perupa pada perkembangan kota yang tidak menyediakan alternatif estetis bagi penghuninya, karena kota sudah dipenuhi oleh polusi, kebisingan, kekerasan, tidak teraturnya papan *billboard*, poster maupun pamflet di dinding yang sudah mengarah pada vandalisme. Kehadiran mural diharapkan dapat menciptakan komunikasi secara visual dengan lebih estetis pada masyarakatnya guna membentuk peradaban kota yang lebih baik melalui pesan-pesan yang terkandung di dalamnya.

**Kata kunci:** komunikasi visual, seni mural, ekologi, Jogjakarta.

## ABSTRACT

*Mural art in Jogjakarta has been developing nowadays as visual artists' anxiety expression to the town circumstances which do not provide aesthetic alternatives for its society because the town is full of pollutions, noises, violence, untidy billboards mounting, posters or pamphlets on walls direct to vandalism. Hopefully the existence of mural art can create visual communication aesthetically to the society to develop better town civilization by messages which are included in.*

**Keywords:** visual communication, mural art, ecology, Jogjakarta.

## PENDAHULUAN

Mural seperti halnya keberadaan media seni rupa lainnya, belakangan ini semakin mendapatkan perhatian dari masyarakat luas yang awam terhadap perkembangan maupun keberlangsungan hidup seni rupa. Sejak berlangsungnya proyek Mural Kota Jogjakarta yang diprakarsai oleh walikota setempat serta melibatkan seniman mural dari Jogja, Jakarta dan komunitas dari kota lain bahkan dari Amerika Serikat, masyarakat semakin terbuka terhadap seni rupa (Antok, 2003). Ketika masyarakat yang awam di kampung-kampung Jogja juga diikutkan dalam proyek mural dengan cara melukis tembok-tembok kampung mereka sendiri yang tidak terpakai, bahkan menjadi santapan liar graffiti yang tidak memedulikan keindahan, maka sebenarnya ada usaha berkomunikasi antara seniman dengan masyarakat. Pada akhirnya, mural justru menjadi seni publik yang tidak hanya dimiliki oleh seniman mural saja, namun masyarakat yang tidak paham menggambar dengan indah pun dapat diikutkan dalam rangka keindahan kota ini.

Tingginya gempuran produk-produk kapitalisme publik, seperti pada pusat-pusat perbelanjaan atau mall yang membanjiri daerah menjadi keprihatinan di satu sisi, karena dengan demikian semakin mempersempit ruang publik sebagai media untuk saling berinteraksi. Konsumsi mata terhadap keindahan kota juga seakan-akan dirusakkan oleh semakin banyaknya gedung-gedung bertingkat, penempatan yang kurang tepat media-media beriklan maupun aksi vandalisme seperti graffiti. Belum lagi iklim tropis yang semakin rusak juga oleh efek rumah kaca, jalur hijau yang dipakai perkantoran, penebangan pohon untuk memberi ruang bagi gedung-gedung mewah dan bertingkat semakin mempersempit peluang masyarakat menikmati keindahan kota yang jauh dari kebisingan.

Keterkaitan kultur kota, lingkungan dan mural itu sendiri bersifat antitesis. Apalagi bila disempitkan lagi menjadi keterkaitan antara seni rupa dan kota, maka hubungan yang saling menolak itu semakin terlihat. Kota, bagi perupa tidak ada esensi seni yang bisa digali dalam kehidupan kota yang penuh warna namun kehilangan keasliannya. Bagi mereka kota tidak lebih dari semangat romantik yang tersisa. Karena itulah dalam menggali ide biasanya perupa membuat jarak dengan kota maupun kehidupan urban.



**Gambar 1. Papan tanda di depan Etnik Kafe, Jogjakarta**

Di Jogjakarta, mural merebak di sekitar tahun 2003 seiring dengan gagasan konsep dari Apotik Komik (dikoordinasi oleh seniman publik Samuel Indratma) yang menghias kota dengan lukisan-lukisan di tembok kota dan terlebih dahulu dipresentasikan di depan walikota Jogja. Beberapa seniman mural dari Amerika Serikat kemudian diundang untuk berpartisipasi dalam proyek tersebut.

Mural yang menghiasi Jogja dilakukan di beberapa lokasi, seperti di timur Mal Galeria, Jembatan Layang Tukangan, Jalan Perwakilan, Jalan Kleringan Stasiun Tugu dan sekarang meluas ke kampung-kampung, seperti di daerah Wirobrajan, Sayidan, Langastran dan masih banyak lagi. Seolah-olah mural di Jogjakarta sudah menjadi identitas kota dalam memperindah lingkungannya.

Dalam hubungannya dengan ruang publik kota, mural mencoba mengkritisi ruang publik kota yang telah menjadi ajang pertarungan berbagai macam kepentingan. Para seniman mural ini bermaksud untuk mengembalikan kembali ruang publik kepada masyarakat untuk dijadikan salah satu medium untuk merekatkan hubungan-hubungan sosial antar masyarakat.

Tulisan ini bertujuan untuk menggali fungsi komunikasi visual melalui mural dalam memecahkan masalah ekologi-estetik, bahkan sosial budaya dan politik.

### DEFINISI DAN SEJARAH MURAL

Mural menurut Susanto (2002:76) memberikan definisi sebagai lukisan besar yang dibuat untuk mendukung ruang arsitektur. Definisi tersebut bila diterjemahkan lebih lanjut, maka mural sebenarnya tidak bisa dilepaskan dari bangunan dalam hal ini dinding. Dinding dipandang tidak hanya sebagai

pembatas ruang maupun sekedar unsur yang harus ada dalam bangunan rumah atau gedung, namun dinding juga dipandang sebagai medium untuk memperindah ruangan. Kesan melengkapi arsitektur bisa dilihat pada bangunan gereja Katolik yang bercorak Barok yang melukis atap gereja yang biasanya berupa kubah dengan lukisan awan dan cerita di Alkitab.

Mural juga berarti lukisan yang dibuat langsung maupun tidak langsung pada permukaan dinding suatu bangunan, yang tidak langsung memiliki kesamaan dengan lukisan. Perbedaannya terletak pada persyaratan khusus yang harus dipenuhi oleh lukisan dinding, yaitu keterkaitannya dengan arsitektur/bangunan, baik dari segi desain (memenuhi unsur estetika), maupun usia serta perawatan dan juga dari segi kenyamanan pengamatannya (2002: 76).



**Gambar 2. Mural di bioskop Permata Jogjakarta oleh Aaron Noble (Amerika Serikat)**



**Gambar 3. Mural di kota San Fransisco oleh seniman mural dari Apotik Komik, Jogja**

Mural dalam perjalanan seni rupa tidak bisa dilepaskan dari jaman prasejarah kira-kira 31.500 tahun silam, ketika ada lukisan gua di Lascaux, selatan

Prancis. Mural yang dilukis oleh orang-orang jaman prasejarah ini menggunakan cat air yang terbuat dari sari buah limun sebagai medianya. Lukisan mural pada jaman prasejarah ini paling banyak ditemukan di Prancis. Di Prancis, ada sekitar 150 tempat mural ditemukan, kemudian di Spanyol ada 128 tempat dan di Italia mural ditemukan di 21 tempat.

Sejarah seni rupa juga mencatat, lukisan mural yang termashur adalah *Guernica* atau *Guernica y Luno* karya Pablo Picasso. Picasso membuat mural ini untuk memperingati pengeboman tentara Jerman di sebuah desa kecil dengan mayoritas masyarakat Spanyol. Karya tersebut dihasilkan saat perang sipil Spanyol berkecamuk di tahun 1937.



**Gambar 4. Guernica y Luno karya Pablo Picasso**

Di negara-negara konflik, seperti Irlandia Utara, mural sangat mudah ditemui di semua dinding kota. Tercatat sekitar 2000 mural dihasilkan dari sejak tahun 1970 hingga sekarang dan dengan demikian Irlandia Utara-lah negara yang sangat produktif menghasilkan mural. Propaganda politik menjadi tema sentral dalam mural tersebut.



**Gambar 5. Mural di kota Belfast, Irlandia Utara. Mural terbaru yang dibuat pada 4 Oktober 2006**

Mural pada perkembangannya telah menjadi bagian dari seni publik yang melibatkan komunikasi dua arah. Seniman mural melakukan komunikasi secara visual kepada masyarakat terhadap apa yang ingin dicurahkan, sedangkan masyarakat sebagai penikmat dalam praktiknya mampu berinteraksi langsung kepada seniman. Hal ini semakin menunjukkan dalam seni mural, bahwa interaksi tidak

hanya dilakukan secara visual yang menganut pandangan 'seni adalah seni' tanpa pertanggung-jawaban yang pasti, namun mural juga mampu mendekatkan dirinya sebagai seni yang berinteraksi juga secara verbal. Dalam hal ini, masyarakat memperoleh pencerahan dalam dunia seni rupa dan secara teknis, masyarakat awam dapat mengambil peran sebagai seniman juga.

## MELUKIS DI DINDING

Proses memunculkan citraan atau imaji terbentuk dari gambar. Melukis adalah memvisualkan atau mengeksekusi secara estetik kaidah-kaidah dalam seni rupa. Melukis di dinding (mural) secara prinsip berbeda halnya dengan melukis di kanvas. Lukisan di atas kanvas, sejak pertama mulai dipraktekkan di masa Renaisans dianggap membawa serta semangat pembaharuan dan cita-cita modern. Berbeda dengan tradisi mural yang sarat dengan pesan dan nilai keyakinan adat bersama maupun pemahaman karakteristik sosial, melukis pada kanvas lebih mencirikan semangat individual. Sejak saat itu pula nama pembuatnya (sang pelukis) jadi dikenal, nama itu dianggap penting: sebagai pencipta.

Lukisanpun punya 'tempat' khusus dan mandiri (yaitu kanvas), jadi 'objek', hingga bisa bergerak dipindahkan dari satu tempat ketempat lain; lukisan tak lagi terikat pada tempat yang sudah punya cerita dan pesan (misalnya, gereja). Lukisan tercipta mandiri. Maka arti yang bisa dikandung sebuah lukisan pun dianggap mandiri, berhubungan dengan kebebasan sang senimannya (Zaelani, 2004).

Hal lainnya adalah pada kerjasama tim yang ada dalam proyek mural. Hampir tidak ada karya mural hasil dari satu orang seniman, hal demikian tidak hanya melibatkan orang lain dalam mempersiapkan kerja kasar saja, namun juga melibatkan orang lain dalam melakukan *brainstorming* serta sekaligus mengeksekusi. Dalam perspektif seni rupa populer atau seni rupa massa, maka mural mampu membentuk masyarakat homogen yang bisa dengan cukup memiliki solidaritas bersama hingga bisa memiliki cita rasa dominan.

Dinding yang dipakai sebagai media dalam mural yang biasa dipakai adalah dinding penyangga jembatan layang, tembok sisi sungai dan tembok rumah pinggir jalan yang dibiarkan tidak terawat. Sedangkan di Jogja, dinding yang dipakai adalah tembok di gang-gang kampung yang dikerjakan dengan cara beramai-ramai oleh masyarakat setempat. Sebelum ada mural tembok-tembok tersebut terlihat kotor, meskipun bersih pun warna putih terlihat mencolok mata terutama pada siang hari dan terkesan

monoton. Namun dengan adanya mural mulai terbentuk citra ke arah pembaharuan visual sehingga berkesan *fresh* dan lebih berwarna.

### MURAL: FUNGSI DALAM KOMUNIKASI VISUAL

Mural tidak hanya berdiri sendiri tanpa kehadiran ribuan makna. Bagi pembuatnya, ada pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui mural. Ada pesan dengan memanfaatkan kehadiran mural dengan mencitrakan kondisi sekelilingnya, diantaranya mural hanya untuk kepentingan estetik, untuk menyuarakan kondisi sosial budaya, ekonomi dan juga politik.

#### Sosial budaya



Gambar 6. Mural di Jalan Ireda, Jogjakarta karya Megan Wilson (Amerika Serikat)

Hubungan sosial tergambarkan dengan ada relasi yang cukup erat antara gambar dalam mural dengan kondisinya, misalnya mural di Jl. Ireda (gambar 6). Mural yang terletak di jalan depan Etnik Kafe dan bersebelahan dengan tempat pemakaman umum tersebut menjadi menarik untuk diperhatikan. Bagaimana memunculkan mural yang bisa dekat dengan citra kafe tetapi juga tidak menghilangkan kesan *'nyungkani'* pada tempat pemakaman. Mural yang dibuat pun mengambil ikon bunga yang berwarna-warni untuk mendekatkan dengan bunga di pemakaman, tetapi kecerahan warnanya dekat dengan citra

kafe. Ikon seperti ini menjadi ikon wilayah yang khas untuk menandai wilayah dan budaya tertentu. Sehingga mural yang bermaksud memperbaharui lingkungan tidak harus menghapuskan keberadaan aslinya, namun sebisa mungkin dipertahankan sebagai ikon atau simbol suatu wilayah.

Ikon dan simbol wilayah yang terpetakan berdasarkan di daerah manakah mural di buat juga menjadi kekhasan tersendiri. Mural di Jakarta akan berbeda dengan mural di Bandung maupun mural di Jogjakarta berdasarkan pengambilan ikon tertentu. Ikon tokoh dalam pewayangan yang lebih dekat dengan Jogjakarta akan diambil untuk menandai wilayah tersebut (Gambar 7). Hal ini untuk memunculkan kultur khas dari suatu wilayah, sehingga mural tidak sekedar media seni rupa yang berbicara tanpa pesan namun mampu memunculkan identitas kota. Hal yang cukup strategis dan jitu adalah mural di bawah jembatan layang Lempuyangan. Kereta api yang masuk atau meninggalkan kota Jogjakarta akan segera mengetahui, bahwa mereka telah memasuki atau meninggalkan Jogja. Hal ini penting sebagai penanda visual yang memiliki identitas lokasi tujuan.



Gambar 7. Mural di salah satu gang Jl. Malioboro karya Andi dan Swakomsta

Sekarang setiap orang yang ada di wilayah mural akan mempunyai latar belakang yang lebih berwarna. Penjual nasi angkringan atau kios-kios rokok dengan leluasa bisa bersandar pada pemandangan maya, bersahabat dan menjadi bagian dari gambar-gambar dalam lukisan itu. Bahkan oleh seniman mural, kios-kios penjual rokok di timur Mal Galeria pun disatukan dengan me-mural kios tersebut agar lebih menyatu antara latar belakang dengan objek didepannya.

Penggemar fanatik klub sepakbola PSIM (Persatuan Sepakbola Indonesia Mataram), salah satu klub di Liga Indonesia pun membuat mural sebagai wujud kecintaan mereka (gambar 8).



**Gambar 8. Mural untuk PSIM**

Kota yang juga melakukan hal yang sama karena kefanatikan terhadap klub sepakbola adalah Malang. Di Malang akan dengan mudah ditemui mural yang bernada mendukung klub Arema. Stadion Gajayana di Malang pun mural mengitari dinding luar stadion.

### Estetik

Mural dengan kepentingan estetik disamping sudah pernah dilakukan untuk kebutuhan desain interior misalnya untuk menampilkan kesan segar maupun kesan berada dalam alam untuk menimbulkan kenyamanan dari sang pemilik rumah maupun ruangan, namun mural dengan estetik sebagai tampilan utamanya juga dapat dilakukan di luar ruang. Mural seperti ini biasanya merepresentasikan dari gaya visual, seperti komik, simbolik, espressionisme hingga realisme. Mural di bekas bioskop Permata, misalnya (gambar 9)



**Gambar 9. Mural di bekas bioskop Permata Karya Aaron Noble**

Mural tersebut menampilkan tokoh superhero yang biasa ada di film-film. Karenanya pula mural ini digambar di dinding bekas bioskop untuk sekedar merekonstruksi gedung yang pernah ramai disinggahi masyarakat Jogjakarta untuk menonton film. Mural seperti ini tidak ada pesan yang khusus disamping hanya memunculkan karakter superhero dengan tingkat kedetilan tinggi dalam karya publik.

Begitu pula mural yang dibuat di lokalisasi Sarkem (gambar 10). Tidak ada pesan yang khusus dibuat untuk para penghuni lokalisasi maupun pengunjungnya. Mural dibuat hanya sekedar memperindah wilayah yang tampak kumuh khas stereotip lokalisasi kelas bawah. Simbol kupu-kupu merujuk kepada kalimat 'kupu-kupu malam'.



**Gambar 10. Mural di lokalisasi**

### Ekonomi

Pesan dalam mural yang menyuarakan pentingnya ekonomi untuk kemajuan bersama bisa dilihat pada mural dengan tema giat bekerja di seberang Galeria Mall Jl. Jendral Sudirman Jogja. Mural yang menampilkan gambar kaki sedang mengayuh becak serta pion yang biasa dalam permainan catur ditampilkan sebagai kritik sosial. Masyarakat sekitar yang ternyata lebih menyukai permainan sambil berjudi disentil melalui mural tersebut. Pesan yang dimunculkan adalah mengajak untuk giat bekerja daripada berharap ada durian runtuh melalui permainan judi.

Di Jogjakarta seperti halnya juga di kota lain, fenomena beriklan melalui media mural juga telah banyak. Memanfaatkan momentum dan julukan yang melekat erat, bahwa Jogja sekarang dikenal sebagai kota mural, pihak rokok seperti A-Mild mulai beriklan melalui mural di dinding jembatan layang. Belum lagi perusahaan telekomunikasi seperti Telkom Flexi dan Indosat bersaing memanfaatkan momentum di Jogja perihal mural. Tentu saja hal ini meningkatkan nilai perekonomian daerah setempat, meskipun mural yang seperti ini berdampak kuat pada citra Jogja kota budaya. Dikhawatirkan pemakaian media mural sebagai media iklan semakin menambah polusi visual seperti halnya *billboard*. Namun bila dirunut ke belakang, produk sabun cuci, seperti Omo Biru, So Klin dan Rinso sudah lebih dulu memanfaatkan dinding masyarakat yang mau dihargai untuk dipakai sebagai media iklan melalui mural. Dinding yang dipakai biasanya dinding yang menghadap ke jalan raya, padat kendaraan dan rumah yang berlantai dua.

## Politik

Mural dengan pesan politik di Jogjakarta mewarnai pada beberapa wilayah. Yang cukup menonjol adalah mural dari partai politik dengan logo sebagai *point of interest*-nya. Partai politik yang memanfaatkannya adalah PDI Perjuangan dan PAN. Partai politik yang berani melakukan hal ini biasanya adalah wilayah dengan basis partai yang kuat. Seperti di wilayah Langastran ada dinding besar dicat merah bergambarkan orang yang memakai pakaian khas Jogja dengan *blangkon* di kepala sedang berdiri dengan sikap seperti *pagar bagus* atau penerima tamu dalam pesta pernikahan Jawa. Di samping orang tersebut logo PDIP terpampang tanpa ada teks penjelas.

Bentuk mural seperti ini sering juga dilakukan tidak hanya di Jogjakarta tetapi juga di kota lain yang mempunyai massa terbesar partai politik di suatu daerah tertentu. Pesan kritik sosial politik yang non partisan tidak mudah ditemui, namun graffiti yang bersifat corat-coret mudah sekali ditemui pesan yang bernada kritik sosial politik. Bisa jadi karena graffiti lebih bersifat spontan daripada mural yang membutuhkan perencanaan visual. Mural dengan pesan sponsor dari partai politik biasanya menjamur ketika musim Pemilu tiba.

Hal ini tentu bertolak belakang bila melihat mural yang dibuat oleh negara-negara sosialis maupun negara yang sedang berkecamuk. Mural bagi negara-negara tersebut menyuarakan pada kepatuhan terhadap ideologi yang dianut, dukungan kepada pemerintah hingga ajakan untuk melawan pemerintah. Kuba sebagai sebuah negara sosialis mural mudah ditemui di jalan-jalan utama sebagai bentuk penyanjungan kepada penguasa maupun pahlawan-pahlawan mereka.



**Gambar 11. Mural di Kuba**

Che Guevara adalah tokoh yang paling sering diangkat dalam karya mural di samping tentu saja Fidel Castro (gambar 11). Bagi penduduk Kuba, Che Guevara adalah pahlawan yang hidup selamanya. Mural di Kuba juga sebagai media doktrinasi dari ideologi sosialis yang dianut negara tersebut. Karena

itu tidak heran mural yang menggambarkan tokoh sosialis maupun pahlawan mereka pun juga dipasang di sekolah dasar di Kuba (gambar 12).



**Gambar 12. Siswa SD dengan latar belakang mural bergambar Lenin**

Sementara di Irlandia Utara mural dipakai oleh kaum Katolik yang minoritas sebagai simbol pemberontakan terhadap pemerintahan Republik Irlandia dan pemerintahan Inggris (gambar 13).



**Gambar 13. Mural di Irlandia Utara yang dibuat oleh kaum pemberontak, IRA**

## MURAL DAN LINGKUNGAN KOTA

Ketika mural dihubungkan dengan keseimbangan lingkungan, maka mural diharapkan mampu membawa dampak yang cukup besar pada perkembangan kota. Sekarang di tengah arus budaya urban yang sangat tinggi serta tingkat kepadatan masyarakat kota, perkembangan mural bisa dihubungkan dengan memperindah sudut pandang kota yang 'hilang' akibat padatnya pengguna jalan raya, tingginya pemilik kendaraan bermotor hingga kemacetan yang terjadi. Begitu pula dengan lingkungan yang tidak seimbang akibat penebangan pohon yang sebenarnya difungsikan sebagai paru-paru kota menambah panasnya hunian serta tingkat polusi yang tinggi. Hal demikian dimanfaatkan oleh mural dengan 'menawarkan' alternatif bagi mata untuk menangkap kesan estetik ketika hal itu tidak ditawarkan oleh bangunan kota, papan iklan maupun estetikanya mobil keluaran terbaru.

Dalam politik kota yang *semrawut*, penggagas proyek mural berbicara tentang kota yang memerlukan sentuhan seni rupa mutakhir. Hal ini menunjukkan kegelisahan para perupa kontemporer untuk mencari kaitan antara wacana seni rupa dan kehidupan kota sebagai representasi keseharian. Mengapa kota-kota kita menjadi arena bagi kekerasan massa, dan kita menjadi semakin tidak peduli dengan kehadiran serta kebutuhan manusia lain? Kota sudah memasuki fase pelupa. Pada saat yang sama kota telah berubah menjadi rimba tanda-tanda yang mengubur sejarah kotanya sendiri dan kota tidak lagi sarat dengan kenangan lama yang menjadi saksi berkembangnya kota dari hari ke hari. Hal inilah yang menjadi dasar alasan yang kuat mengapa mural dilakukan.

## SIMPULAN

Komunikasi visual tidak serta merta hanya mampu memberikan pemecahan terhadap permasalahan yang ada dan hanya berkaitan dengan eksekusi visual, namun juga mampu memilih media yang tepat dan relevan untuk membangun komunikasi dengan masyarakat. Mural adalah salah satu media yang efektif dan akhir-akhir ini dijadikan media penyampai pesan secara visual.

Mural selain dilihat sebagai produk budaya massa, yang dikerjakan secara *team work* kemudian berkembang kepada penggerakan massa untuk menyampaikan pesan secara bersama-sama, juga dilihat dari konteks ekspresi budaya. Sekarang, mural berkembang tidak hanya menyampaikan pesan secara sosial namun juga ada yang ke arah komersial (seperti mural iklan A-Mild, Flexi, Rinso, dll). Budaya

konsumerisme inilah yang mendorong terciptanya media yang tidak konvensional dan lebih mengena kepada target market.

Munculnya berbagai gerakan budaya pada era '60-an di Barat, seperti gerakan anak muda, gerakan feminisme, gerakan subkultur (*hippies*, *punk* dan sebagainya), gerakan komunal, gerakan lingkungan dapat dilihat dalam kerangka bangkitnya 'narasi-narasi kecil' sebagaimana yang dikatakan Lyotard (Piliang, 2002:10). Sebagai sebuah reaksi atau penolakan terhadap berbagai kemapanan, otoritas, dan kekuasaan yang membentuk masyarakat sebelumnya, gerakan narasi-narasi kecil ini merupakan upaya untuk mendefinisikan kembali 'ideologi' sebagai bingkai pembentuk identitas individu dan masyarakat dalam bentuknya yang baru.

Mural dalam kehidupan masyarakat Jogjakarta yang *notabene* hidup dalam semangat kebudayaan yang tinggi serta terbuka pada semua kehidupan seni diterima sebagai gerakan budaya yang berupaya menggeser peran ideologi sebagai sebuah bingkai kehidupan sosial menjadi bingkai kehidupan kultural, artinya ideologi yang terdapat dalam seni mural kini menjadi acuan dalam melakukan berbagai ekspresi budaya.

Kota sebagai salah satu tujuan dalam seni mural berupaya dihidupkan lagi setelah 'dimatikan' oleh perkembangan industri dan berbagai dampak yang mengikutinya. Kerusakan ekologi yang dimunculkan dalam bentuk kepulan asap kendaraan bermotor, panasnya cuaca akibat tidak adanya lagi pohon-pohonan, dinding kota yang tak terawat serta segala bentuk kebisingan 'disegarkan' kembali oleh mural yang kaya warna dan kaya interpretasi dalam segala aspek visualnya. Seni mural menjadi salah satu alternatif yang dapat dijadikan sebagai penyeimbang lingkungan ketika lingkungan kota tidak memberi lagi kesegaran bagi panca indera secara lengkap, namun dengan kehadiran mural, minimal mata sudah menjadi indera yang dapat menikmati keindahan kota yang dihiasi dengan segala macam imajinasi yang tergambar dalam mural.

Kalaupun produk yang diangkat dengan memakai media mural, maka diusahakan hal tersebut tidak mengganggu proses relasi antara manusia dengan lingkungannya. Kehidupan iklan yang *semrawut* diindikasikan dapat mengganggu keselarasan tersebut. Karena itulah proses imajinasi antara produk iklan yang diangkat harus mencerminkan 'kerinduan' kebebasan imajinasi masyarakatnya mengenai idealnya kota dan masyarakat kota. Hal ini merupakan tantangan bagi *advertising agency* yang menggunakan media mural sebagai penyampai pesan iklan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antok. *Selama Agustus, Yogyakarta Akan Dipenuhi Mural*. Juli 8, 2003. <http://www.gudeg.net>
- Nugroho, Heru.(2003, Mei 7). Mural Proyek Elitis, *Kompas*.
- Piliang, Yasraf Amir. (2002). *(Prolog), Identitas dan Budaya Massa: Aspek-Aspek Seni Visual di Indonesia*, Yogyakarta: Yayasan Seni Cemeti.
- Pirous, A.D. (2003). *Melukis itu Menulis*. Bandung: Penerbit ITB.
- Susanto, Mikke. (2003). *Membongkar Seni Rupa*. Yogyakarta: Penerbit Jendela
- Susanto, Mikke. (2002),. *Diksi Rupa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ucok. *Graffiti Adalah Kriminalitas Bukan Seni*. Oktober 6, 2004. [http://www.hiphopindo.net/opini/info\\_opini\\_0005.asp](http://www.hiphopindo.net/opini/info_opini_0005.asp)
- Wiyanto, Hendro. (2000, Sept 15). Seni Rupa Publik dan Imajinasi Kota. *Kompas*
- Zaelani, Rizki A.*Sosok/Tubuh di Antara Lukisan Diyanto*. Oktober 6, 2004. <http://www.mon-decor.com/diyanto/foreword.htm>
- Graffiti For Begginers*, Kabel–Buletin Jurusan Desain ISI Yogyakarta, Edisi II/2003.
- Mural di Kotaku Bikin Sejuk Mataku. (2004, Oktober 3). *Deteksi Jawa Pos*.