

TRASNFORMASI SENI VISUAL JALANAN KOMUNITAS “WARGA SEKITAR” WKT MENJADI PRODUK JASA DI KOTA SAMARINDA

Kusmas Riadi¹, A Ismail Lukman²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tranformasi anggota komunitas warga sekitar sebagai pelaku seni visual jalanan menjadi produk jasa seni visual dan mengetahui peranan komunitas warga sekitar dalam transformasi seni visual jalanan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan fokus penelitian Transformasi seni visual jalanan komunitas Warga Sekitar, peranan anggota komunitas “Warga Sekitar” dalam proses trasformasi seni visual jalanan, serta permasalahan yang dihadapi komunitas Warga Sekitar dalam trasformasi seni visual jalanan menjadi produk komersil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Transformasi Seni Visual Jalanan Komunitas Warga Sekitar terjadi secara bertahap dan kompleks, WKT sebagai komunitas pada mulanya adalah sebuah komunitas visual jalanan kemudia bertransformasi membuat produk jasa bernama Local Youth dan Jodi paket, dimulai dengan masuknya komunitas dalam dalam industri kreatif dengan membuat pagelaran dan pameran seni, pemanfaatan teknologi dalam pembuatan karya seni, melakukan pemanfaatan media sosial yang digunakan sebagai penunjang eksistensi dan media untuk memasarkan produk dan jasa. Peranan komunitas Warga Sekitar dalam trasnformasi seni visual jalanan berperan sebagai pengembang, fasilitator, dan kolaborator. Dilakukan dengan menciptakan inovasi dalam berkarya dengan melakukan pameran seni secara digital dan mengadakan pelatihan dalam bentuk workshop dan sharing session untuk meningkatkan kemampuan anggota kelompok. Sebagai kolaborator komunitas Warga Sekitar menjadi penghubung untuk mengkolborasikan komunitas. Permasalahan yang dihadapi Komunitas Warga Sekitar adalah stigma atau pandangan negatif masyarakat pada seni visual jalanan hal ini dikarenakan minimnya ruang untuk membuat karya sehingga komunitas Warga Sekitar menggunakan ruang publik sebagai media mengakibatkan mereka mendapatkan stigma sebagai perusak, ancaman lainnya adalah Artificial Intelligence dapat menjadi ancama besar dimasa depan sekaligus juga membantu pekerjaan pembuatan seni visual secara digital

Kata Kunci: *Trasnformasi, Seni Visual, Komunitas, Produk Jasa*

¹ Mahasiswa Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: kusmasriadi@email.com

² Dosen Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Pendahuluan

Masyarakat memegang peran penting dalam penataan ruang publik di kota-kota besar untuk meningkatkan estetika lingkungan tempat tinggal mereka. Kota-kota ini sering kali menjadi lambang modernitas dan kebebasan dari kendali tradisional (Barker, 2004), di mana masyarakat terbentuk dalam berbagai kelompok sosial yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Salah satu contoh adalah komunitas "Warga Sekitar" di Kota Samarinda, yang secara aktif mengekspresikan diri melalui seni visual di jalanan. Ruang publik berperan penting sebagai tempat untuk rekreasi dan interaksi sosial bagi penduduk kota, terutama dalam konteks urbanisasi yang mendorong perubahan dalam pola perilaku dan budaya masyarakat. Urbanisasi ini telah mendorong seniman jalanan untuk mengekspresikan gagasan dan harapan mereka terhadap lingkungan mereka melalui seni visual seperti graffiti dan mural.

Seni visual jalanan, yang pada awalnya berkembang di Amerika pada tahun 1970-an, saat ini dilihat dengan beragam perspektif di masyarakat Samarinda. Meskipun dianggap sebagai bentuk vandalisme oleh sebagian, banyak juga yang menghargai seni ini sebagai ekspresi kreativitas tinggi yang memperindah kota. Namun, para seniman jalanan sering menghadapi tantangan seperti tindakan penertiban oleh otoritas setempat yang melihatnya sebagai merusak fasilitas kota. Komunitas seni visual jalanan seperti Warga Sekitar di Samarinda, melalui aktivitas mereka, tidak hanya bertujuan untuk memperindah kota tetapi juga untuk mempertahankan eksistensi dan relevansi seni dalam era modern yang terus berubah.

Seni visual jalanan sendiri muncul di kota Samarinda sejak tahun 2005 dimana pada saat itu banyak komunitas-komunitas kecil yang tersebar di seluruh kota Samarinda. Penggiat street artists (penggiat seni visual jalanan) kala itu memiliki tempat berkumpul bernama WKT yang merupakan singkatan dari Wadah Kita Terkumpul, yang berlokasi di bawah jembatan Muso Salim kota Samarinda. Seiring berjalannya waktu dimana banyak peminat graffiti yang ikut bergabung WKT (wadah kita terkumpul) beralih fungsi sebagai wadah untuk semua street artists berkumpul dan berkarya, secara resmi WKT terbentuk sebagai komunitas di tahun 2012 dengan anggota awal 13 orang yang kemudian diikuti oleh komunitas-komunitas kecil lainnya yang memilih untuk bergabung menjadi satu bersama WKT. Saat ini jumlah anggota WKT sudah mencapai kurang lebih 70 orang yang berasal dari berbagai profesi dan usia, menjadikan WKT sebagai komunitas graffiti terbesar di Kalimantan.

Tujuan utama dari didirikannya WKT ingin mengubah perilaku remaja khususnya di Samarinda, untuk bisa berkarya serta berkreatifitas ke arah yang lebih positif, dan juga memajukan karya seni visual art di Samarinda ini, dan semakin banyak lagi remaja yang bergabung bersama WKT untuk saling sharing, belajar, berkarya dan berkreativitas untuk kemajuan seni di Samarinda.

Pada tahun 2016 WKT (wadah kita terkumpul) melakukan perubahan nama komunitas menjadi Warga Sekitar dengan tujuan agar terdengar lebih familiar di telinga masyarakat. Seiring berjalannya waktu, dari bawah jembatan Muso Salim, komunitas ini pun sempat berpindah-pindah tempat, hingga saat ini mereka lebih sering menggunakan Jenggala Community Hub sebagai titik berkumpul. Pada tahun 2017 komunitas Warga Sekitar mendirikan Local Yout sebuah badan bisnis yang menjual berbagai alat kebutuhan pembuatan graffiti sampai pakaian yang dikelola oleh anggota komunitas.

Seiring berkembangnya industri kreatif di Samarinda permintaan akan kebutuhan seni visual ikut meningkat, perupa yang tadinya hanya melakukan aktivitas seni di jalanan dengan tujuan mengekspresikan diri, mulai berpartisipasi kedalam event-event kesenian yang bersifat komersil. Permintaan untuk menggambar tidak hanya sebatas untuk pembuatan mural di tembok, tetapi juga meliputi pembuat visual digital, sampul album musik, merchandise sebuah acara atau band, sampai berkolaborasi dengan salah satu UMKM di Samarinda. Kehadiran gaya seni seperti lifestyle dan fashion secara signifikan mendorong seniman jalanan untuk bergerak menuju ke arah kehidupan modern. Fenomena ini, bersama dengan perubahan dalam gaya hidup, memiliki potensi untuk mempengaruhi arah dan bentuk perkembangan seni visual jalanan ke dalam bentuk kebudayaan yang baru.

Kerangka Dasar Teori

Trasnformasi

Istilah transformasi memegang peranan penting dalam diskusi mengenai evolusi sosial, perubahan sosial, modernisasi, dan kapitalisme, yang sering kali digunakan secara bergantian sesuai dengan konteks yang sedang dibahas.

Secara umum, modernisasi dapat didefinisikan sebagai pandangan yang menekankan pada upaya masyarakat untuk memperbarui dan memodernisasi diri. Herbert Spencer (1820), yang sangat dipengaruhi oleh teori evolusi Charles Darwin, mengartikan modernisasi sebagai proses seleksi alamiah yang mirip dengan yang terjadi pada makhluk hidup. Baginya, manusia dan masyarakat, termasuk budayanya, mengalami perkembangan bertahap dari bentuk yang sederhana menuju bentuk yang lebih kompleks dan sempurna.

Herbert Spencer dianggap sebagai tokoh utama dalam teori dasar modernisasi dengan pandangannya mengenai evolusi dari masyarakat tradisional menuju masyarakat industri. Pandangannya menyoroti perubahan yang terstruktur dalam fungsi dan kompleksitas organisasi, sesuai dengan konsep dasar modernisasi yang dijabarkan oleh Schoorl (1980).

Seni Visual

Menurut Meri (1986), Seni Visual adalah bentuk ekspresi yang menghadirkan karya-karya penglihatan secara simbolis dalam bentuk yang lebih tinggi dan indah, yang mengubah ekspresi diri dan emosi menjadi sebuah karya seni yang estetis. Dalam konteks penelitian ini, seni visual yang dihasilkan oleh

komunitas warga sekitar dapat dikelompokkan menjadi dua jenis utama, yaitu Graffiti dan Mural.

Graffiti berasal dari bahasa Italia "graffito", yang artinya goresan atau guratan, sering kali disebut sebagai seni domestik yang memberikan fungsi pada tindakan mencorat-coret (Susanto, 2002). Seni Graffiti melibatkan penggunaan warna, garis, bentuk, dan volume untuk mengekspresikan pesan atau kalimat di dinding. Graffiti sering kali mengungkapkan identitas atau nama dari seniman atau penulisnya, namun tidak selalu dipahami dengan baik oleh masyarakat umum, kecuali mereka yang memiliki pengetahuan khusus tentang seni ini.

Mural, menurut Susanto (2002), adalah lukisan besar yang dibuat untuk menghiasi ruang arsitektur. Mural menjadi salah satu media alternatif dalam seni visual jalanan yang berfungsi sebagai medium untuk mengungkapkan aspirasi masyarakat melalui lukisan-lukisan yang bersifat kritik, informatif, atau sebagai sarana untuk mempersatukan hati seniman dan masyarakat. Mural umumnya berisi pesan yang dapat dimengerti oleh berbagai lapisan masyarakat.

Perbedaan antara Graffiti dan Mural terletak pada penggunaan dan konteksnya. Graffiti lebih fokus pada ekspresi individual melalui gambar atau simbol yang menggambarkan apa yang dirasakan orang dengan menggunakan pilox dan berbagai huruf serta warna, memberikan nilai estetis yang unik. Sebaliknya, Mural sering kali dibuat dengan menggunakan cat kuas atau semprot, tanpa batasan dalam penggunaan huruf atau simbol, dan lebih mudah dimengerti oleh masyarakat umum sebagai bentuk karya seni yang memperindah ruang publik.

Komunitas

Menurut Hendro Puspito (1989), komunitas adalah kelompok teritorial yang membangun hubungan antara anggotanya menggunakan sarana yang sama untuk mencapai tujuan bersama. Menurutna, komunitas memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Keberadaan yang teratur dan stabil: Komunitas bukanlah sekadar kerumunan atau kumpulan orang untuk sementara waktu. Sebaliknya, komunitas merupakan jenis kelompok sosial yang memperlihatkan kebersamaan yang kuat. Dalam perspektif ini, komunitas merupakan bagian dari masyarakat atau segmen dari masyarakat yang lebih luas.
2. Teritorial: Salah satu ciri utama suatu kelompok sosial menjadi komunitas adalah ikatan dengan wilayah tertentu di mana kelompok tersebut berada. Artinya, anggota komunitas memiliki keterkaitan yang nyata dengan tanah tempat mereka tinggal dan beraktivitas. Meskipun anggota komunitas dapat memiliki latar belakang darah, kebiasaan, dan gaya hidup yang serupa, hal ini bukanlah syarat mutlak untuk menjadi komunitas. Sosiologi menekankan bahwa aspek teritorial adalah bagian penting dari identifikasi sebuah komunitas.

3. Tidak mencakup regionalisme: Konsep regionalisme menyoroti nilai-nilai kebesaran dan keunggulan suatu wilayah atau propinsi dibandingkan dengan wilayah atau propinsi lainnya. Namun, komunitas sosial tidak berfokus pada aspek ini. Komunitas lebih menekankan pada hubungan sosial dan kehidupan sehari-hari yang saling berbagi di dalam wilayah tertentu.

Dengan demikian, Hendro Puspito (1989) menggarisbawahi bahwa komunitas adalah entitas sosial yang terstruktur, memiliki identitas teritorial yang jelas, dan lebih fokus pada kehidupan bersama dan interaksi antaranggota dalam wilayah yang sama.

Produk

Produk adalah entitas kompleks yang dapat berwujud atau tidak berwujud, yang mencakup aspek-aspek seperti kemasan, harga, reputasi perusahaan, dan layanan yang diberikan kepada pembeli untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Produk dapat dikelompokkan menjadi dua jenis utama, yaitu jasa dan barang. Produk jasa bersifat tidak berwujud (intangible), sementara produk barang dapat dilihat dan dirasakan (tangible).

Menurut Kotler (2001), produk adalah sesuatu yang dapat dipasarkan dengan tujuan untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori berdasarkan karakteristik dan sifatnya. seperti:

- a. Berikut adalah klasifikasi produk berdasarkan ketahanan (durability) dan keberwujudan (tangibility):
 - 1) Barang non-tahan lama (nondurable goods) adalah barang berwujud yang biasanya digunakan dalam satu atau beberapa kali pemakaian, seperti sabun, pasta gigi, makanan, minuman ringan, dan sejenisnya.
 - 2) Barang tahan lama (durable goods) adalah barang berwujud yang dapat digunakan untuk jangka waktu yang lama, seperti lemari es, mesin fotokopi, pakaian, dan produk sejenis lainnya.
 - 3) Jasa (services) adalah produk yang tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan dari penyediaannya, bervariasi dalam kualitas, dan dapat habis terpakai, seperti layanan salon, konsultasi hukum, dan perbaikan peralatan.
- b. Berikut adalah klasifikasi produk konsumen:
 - 1) Barang sehari-hari (convenience goods) adalah barang yang dibeli konsumen secara rutin dengan usaha minimal dan tanpa perencanaan yang besar, seperti makanan dan minuman.
 - 2) Barang belanja (shopping goods) adalah barang yang dibandingkan oleh konsumen berdasarkan kualitas, harga, gaya, dan karakteristik lainnya sebelum

- melakukan pembelian, contohnya pakaian, sepatu, dan kosmetik.
- 3) Barang khusus (*specialty goods*) memiliki karakteristik atau merek yang unik sehingga konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk mendapatkannya, seperti sepeda motor, mobil, dan ponsel mewah.
 - 4) Barang yang tidak dicari (*unsought goods*) adalah barang yang mungkin tidak diketahui atau tidak dipertimbangkan oleh konsumen untuk dibeli, kecuali ada kebutuhan mendesak atau adanya dorongan dari pemasar.
- c. Berikut adalah klasifikasi produk industri:
- 1) Bahan dan suku cadang (*materials and parts*) adalah barang yang sepenuhnya menjadi bagian dari produk yang dihasilkan oleh produsen. Contohnya adalah bahan-bahan hasil pertanian seperti kapas, gandum, beras, dan sejenisnya.
 - 2) Barang modal (*capital items*) adalah barang tahan lama yang digunakan untuk memfasilitasi produksi atau pengelolaan produk jadi. Ini termasuk bangunan pabrik seperti kantor dan fasilitas produksi, serta mesin-mesin produksi.
 - 3) Layanan bisnis dan pasokan (*supplies and business services*) mencakup barang dan jasa jangka pendek yang mendukung pengembangan atau pengelolaan produk jadi. Contohnya adalah perlengkapan operasional seperti pelumas mesin, bahan bakar, alat tulis, dan lain sebagainya.

Metode Penelitian

Berdasarkan jenisnya, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini cocok digunakan dalam penelitian yang mempelajari fenomenologi sosial karena memungkinkan pengumpulan data yang mendalam dari berbagai sumber yang tersedia. Metode ini memungkinkan untuk mendapatkan gambaran yang sistematis dan faktual serta penjelasan yang mendetail mengenai transformasi seni visual jalanan komunitas "Warga Sekitar" menjadi produk jasa di Kota Samarinda.

Fokus Penelitian

1. Transformasi seni visual jalanan komunitas Warga Sekitar
 - a) Masuknya komunitas Warga Sekitar dalam industri kreatif
 - b) Pemanfaatan media sosial sebagai penunjang eksistensi
 - c) Pemanfaatan teknologi digital dalam pembuatan karya seni visual
 - d) Produk jasa komunitas Warga Sekitar

2. Peranan anggota komunitas “Warga Sekitar” dalam proses transformasi seni visual jalanan.
 - a) Sebagai pengembang dalam penciptaan karya seni
 - b) Peranan komunitas sebagai fasilitator
 - c) Peranan komunitas sebagai kolaborator
3. Permasalahan yang dihadapi komunitas Warga Sekitar dalam transformasi seni visual jalanan menjadi produk komersil.
 - a. Stigma negatif masyarakat
 - b. Ancaman teknologi AI

Hasil Penelitian

Transformasi Seni Visual Jalanan Komunitas Warga Sekitar

a. Masuk Dalam Bentuk Industri Kreatif

Komunitas Warga Sekitar mulai untuk masuk kedalam industri dilatar belakangi oleh tingginya biaya untuk membuat karya seni visual jalanan sehingga menuntut mereka untuk lebih kreatif untuk dapat menghasilkan sebuah karya dengan menawarkan jasa mereka kepada publik yang keuntungannya digunakan untuk membuat karya seni visual jalanan. Untuk melakukan branding dan memperkenalkan karya seni mereka ke khalayak yang lebih luas mereka melakukan pameran karya seni, dimana mengadakan pameran seni visual adalah bentuk media pemasaran mereka kepada khalayak umum, sekaligus sebagai bentuk apresiasi terhadap karya. Kolaborasi dengan media digital juga dilakukan guna memperkuat ekosistem kreatif yang ada di kota Samarinda sekaligus sebagai bentuk pemasaran seniman dalam bentuk media digital.

b. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Penunjang Eksistensi

Instagram dan Pinterest, sebagai salah satu platform media sosial yang dominan digunakan oleh Komunitas Warga Sekitar sering kali dimanfaatkan sebagai alat untuk membangun personal branding oleh anggota dan komunitas itu sendiri komunitas sendiri merupakan usaha untuk menciptakan dan membuat persepsi publik mengenai seseorang dengan memposisikan diri mereka sendiri sebagai otoritas di dalam suatu industri serta sebagai usaha meningkatkan kredibilitas mereka dalam bidang yang mereka tekuni. Alasan mengapa platform media sosial menjadi medium yang menonjol dalam pemunculan personal branding adalah karena kemampuannya memfasilitasi pengguna dalam pembuatan profil pribadi yang mencerminkan minat dan hobi mereka sesuai dengan konsep yang dikehendaki.

c. Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Pembuatan Karya Seni Visual

Kemajuan teknologi digital telah mengubah paradigma dalam bidang seni visual, mempengaruhi baik seniman profesional maupun pemula untuk mengadopsi berbagai platform dan aplikasi digital. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, terlihat bahwa anggota komunitas "Warga Sekitar" lebih memilih menggunakan laptop dan tablet untuk

melakukan proses gambar menggunakan aplikasi seperti Photoshop dan ibispaint X. Hal ini dikarenakan aplikasi-aplikasi tersebut mudah digunakan dan memiliki ukuran yang ringan, sehingga tidak memberatkan perangkat yang digunakan. Transformasi digital ini telah mengubah cara pembuatan seni visual secara substansial.

d. Produk Jasa Komunitas Warga Sekitar

Produk jasa yang dihasilkan oleh Komunitas Warga Sekitar berupa produk dalam bentuk barang yang mereka hasilkan melalui badan bisnis Local Youth yang memproduksi kebutuhan fashion yang mereka buat desain sendiri dan menjual kebutuhan alat untuk membuat seni visual yang dijalankan dengan secara daring dan luring, tidak hanya terbatas pada penjualan produk yang didesain sendiri Local Youth juga terbuka untuk melakukan kolaborasi untuk membuat merchandise sebuah band atau brand lainnya. Selain menjual produk Warga Sekitar juga menjalankan bisnis jasa bernama Jodi Paket yang merupakan jasa pembuatan mural di kota Samarinda yang dijalankan oleh anggota komunitas Warga Sekitar, kedua bisnis produk dan jasa ini dijalankan secara kolektif bersama-sama oleh anggota komunitas Warga Sekitar.

Peranan Komunitas WKT dalam Transformasi Seni Visual Jalanan

a. Sebagai Pengembang dalam Penciptaan karya seni

Dalam evolusi perkembangan menciptakan karya seni visual, fokus diberikan pada pembentukan ide-ide inovatif untuk menciptakan karya-karya yang menarik dan dapat meraih apresiasi luas, terutama dari generasi muda. Transformasi ini didorong oleh pemanfaatan teknologi digital yang semakin maju, di mana proses digitalisasi karya seni dan penyelenggaraan pameran seni secara virtual menjadi solusi kreatif saat pandemi Covid-19 melanda. Langkah ini bukan hanya untuk memajukan komunitas seniman, tetapi juga untuk memastikan eksistensi mereka yang berkelanjutan dan relevan dengan perkembangan zaman yang terus berubah.

b. Peranan Komunitas Sebagai Fasilitator

Komunitas WKT "Warga Sekitar" memainkan peran penting dalam mentransformasi anggotanya menjadi fasilitator dengan menyediakan pendidikan tentang seni visual. Mereka memberikan teori-teori dan teknik terkait pembuatan seni visual melalui sesi berbagi pengalaman (sharing session) dan workshop. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan pendidikan kesenian, meningkatkan kualitas dan mutu karya seni, serta memperluas pengetahuan dan potensi anggota komunitas mereka. Melalui kegiatan ini, komunitas berusaha tidak hanya untuk memperkaya wawasan seni visual jalanan, tetapi juga untuk memberdayakan anggotanya dalam mengembangkan keterampilan dan bakat mereka dalam seni.

c. Peranan Komunitas Sebagai Kolaborator

Komunitas WKT "Warga Sekitar" berperan sebagai penghubung dan kolaborator dengan instansi dan lembaga di luar komunitas, mengintegrasikan diri mereka dalam berbagai acara. Mereka terlibat mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan, baik sebagai dekorator acara dengan karya seni mereka maupun sebagai peserta aktif dalam talkshow, sharing session, workshop, dan live painting. Ini merupakan upaya mereka untuk memperluas pengaruh seni visual jalanan dan berkontribusi dalam berbagai kegiatan budaya di luar lingkungan komunitas mereka.

Permasalahan yang dihadapi Komunitas Warga Sekitar

a. Stigma negatif masyarakat

Stigma negatif yang dialami oleh komunitas Warga Sekitar terkait dengan kegiatan seni visual jalanan seringkali berasal dari persepsi masyarakat bahwa kegiatan ini seolah-olah merupakan tindakan vandalisme yang merusak fasilitas publik. Pandangan ini timbul karena adanya keterbatasan ruang yang disediakan untuk mengekspresikan hobi dan bakat mereka. Namun demikian, ada pula segmen masyarakat yang melihat kegiatan seni visual jalanan yang dilakukan oleh komunitas Warga Sekitar sebagai upaya positif dalam memperindah dan mempercantik ruang publik yang ada.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan stigma negatif terhadap graffiti, antara lain:

1. Persepsi sebagai tindakan vandalisme: Banyak orang menganggap graffiti sebagai bentuk vandalisme karena sering kali dilakukan di tempat-tempat umum tanpa izin atau tanpa mempertimbangkan pemilik atau pihak berwenang. Graffiti sering dianggap merusak penampilan visual lingkungan dan fasilitas umum.
2. Kekhawatiran akan keamanan: Beberapa orang khawatir bahwa graffiti dapat menciptakan lingkungan yang tidak aman atau menandakan kehadiran kegiatan kriminal atau gangguan sosial lainnya.
3. Ketidapahaman tentang seni graffiti: Sebagian besar masyarakat mungkin tidak memahami atau menghargai seni graffiti sebagai bentuk seni yang sah. Mereka mungkin melihatnya sebagai coretan atau gambar sembarangan tanpa nilai estetika atau konteks yang jelas.
4. Kontroversi nilai dan moral: Ada perdebatan tentang apakah graffiti melanggar hukum dan etika atau apakah itu adalah bentuk seni yang sah dan berekspresi. Pandangan moral dan nilai yang berbeda bisa mempengaruhi bagaimana seseorang memandang graffiti.
5. Pengaruh media dan persepsi masyarakat: Media massa dan pandangan umum dalam masyarakat dapat mempengaruhi persepsi terhadap graffiti. Jika media sering melaporkan graffiti

sebagai masalah atau kejahatan, hal ini dapat memperkuat stigma negatif terhadap praktik tersebut.

6. Kurangnya regulasi atau tempat yang ditunjuk: Banyak komunitas mungkin tidak memiliki regulasi atau tempat yang ditunjuk untuk seni jalanan, sehingga graffiti seringkali dilihat sebagai tindakan ilegal atau tidak diinginkan.

Faktor-faktor ini bersama-sama berkontribusi terhadap stigma negatif terhadap graffiti di masyarakat, meskipun ada juga pandangan yang berbeda di kalangan seniman dan komunitas yang menghargai seni jalanan sebagai bentuk ekspresi kreatif yang sah.

b. Ancaman teknologi AI Artificial Intelligence

Kemunculan teknologi kecerdasan buatan (AI) di masa depan menimbulkan kekhawatiran terhadap peran profesi desain grafis dalam penciptaan karya seni visual. Teknologi AI menawarkan kemudahan, efisiensi biaya, dan waktu dalam proses pembuatan karya seni, yang dapat menggantikan pekerjaan yang biasanya dilakukan oleh manusia. Meskipun demikian, kecerdasan buatan merupakan teknologi mutakhir yang terus berkembang, dan dapat menjadi alat yang mendukung peningkatan kompetensi sumber daya manusia di era transformasi digital yang cepat ini.

Pemanfaatan teknologi AI dalam bidang desain grafis tidak hanya memungkinkan untuk meningkatkan efisiensi dalam pekerjaan, tetapi juga membantu profesional desain grafis dalam mengeksplorasi kreativitas mereka dengan cara yang lebih inovatif. Hal ini mengindikasikan bahwa sementara teknologi AI memiliki potensi untuk mengubah lanskap profesi desain grafis, manusia tetap berperan penting dalam mengaplikasikan kecerdasan buatan secara optimal dalam menciptakan karya seni visual yang bermakna dan menarik bagi masyarakat.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Transformasi Seni Visual Jalanan Komunitas “Warga Sekitar” WKT Menjadi Produk Jasa di Kota Samarinda , dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Transformasi Seni Visual Jalanan Komunitas Warga Sekitar terjadi secara bertahap dan kompleks, WKT sebagai komunitas pada mulanya adalah sebuah komunitas visual jalanan kemudia bertransformasi membuat produk jasa bernama Local Youth dan Jodi paket, dimulai dengan masuknya komunitas dalam dalam industri kreatif dengan membuat pagelaran dan pameran seni, pemanfaatan teknologi dalam pembuatan karya seni, melakukan pemanfaatan media sosial yang digunakan sebagai penunjang eksistensi dan media untuk memasarkan produk dan jasa.

2. Peranan komunitas Warga Sekitar dalam transformasi seni visual jalanan berperan sebagai pengembang, fasilitator, dan kolaborator. Dilakukan dengan menciptakan inovasi dalam berkarya dengan melakukan pameran seni secara digital dan mengadakan pelatihan dalam bentuk workshop dan sharing session untuk meningkatkan kemampuan anggota kelompok. Sebagai kolaborator komunitas Warga Sekitar menjadi penghubung untuk mengkolaborasi komunitas.
3. Permasalahan yang dihadapi Komunitas Warga Sekitar adalah stigma atau pandangan negatif masyarakat pada seni visual jalanan hal ini dikarenakan minimnya ruang untuk membuat karya sehingga komunitas Warga Sekitar menggunakan ruang publik sebagai media mengakibatkan mereka mendapatkan stigma sebagai perusak, ancaman lainnya adalah Artificial Intelligence dapat menjadi ancaman besar dimasa depan sekaligus juga membantu pekerjaan pembuatan seni visual secara digital

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka penulis memberikan sejumlah rekomendasi sebagai berikut:

1. Diharapkan agar komunitas Warga Sekitar bisa lebih lagi dalam melakukan branding komunitas melalui media sosial agar komunitas dapat lebih dikenal lebih luas oleh masyarakat.
2. Local Youth agar dapat menambahkan variasi jenis produk agar lebih beragam dengan pilihan tidak terbatas pada t-shirt dan aksesoris saja
3. Diharapkan Komunitas Warga Sekitar agar bisa menjalin kerja sama bersama pemerintah kota Samarinda untuk dapat mengembangkan pariwisata kota Samarinda dengan seni visual sebagai daya tariknya, dapat dengan membuat galeri seni atau membuat graffi atau mural secara terpusat disatu kawasan untuk menjadi objek wisata.

Daftar Pustaka

- Alamanda, A.H. (2016) ‘Transformasi Produk Seni Visual Pada Komunitas Visual Jalanan di Kota Surabaya’, (3), p. 471.
- Dewi, Ernita, Transformasi Sosial dan Nilai Agama, Jurnal Substantia, Vol. 14, No. 1, April 2012.
- Dhairyya, Ariel Pandita, and Erna Herawati. 2019. “Pemberdayaan Sosial Dan Ekonomi Pada Kelompok Penyandang Disabilitas Fisik Di Kota Bandung.” Umbara 4(1):53.

- Habermas, Jurgen (1991) *The Structural Transformation of the Public Sphere*. The MIT Press, Cambirdge, Massachussetts.
- Hall. S. (1997) *Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publication M.Munandar Soelaeman
- Hikmat, H. (2001). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit Humaniora.
- Maryani, D. dan Nainggolan, R.R.E. (2019). "Pemberdayaan Masyarakat". Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Namuri Mugitiwo.(2022). "Dsain Grafis Kemarin Kini dan Nanti". Semarang : Alinea Media Dipantara
- Prakosa, Petra W. B. (2005). "Dimensi Sosial Disabilitas Mental Di Komunitas Semin, Yogyakarta. Sebuah Pendekatan Representasi Sosi al." *Jurnal Psikologi* 32(2):61–73.
- Rachmat, T, 2015, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit Papas Sinar Sinanti, Depok.
- Radjab, M. (2014) *Analisis Model Tindakan Rasional Pada Proses Transformasi Komunitas Petani Rumput Laut di Kelurahan Pabiringa Kabupaten Jeneponte*.
- Rahardjo, M. (2011) 'Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif', pp. 1–4.
- Rasid, Y. (2013) 'Transformasi Nilai-Nilai Budaya Lokal Sebagai Upaya Pembangunan Karakter Bangsa (Penelitian Studi Kasus Budaya Huyula di Kota Gorontalo)', *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 14(1), pp. 65–77.
- Rony, S.S (2023) 'Berkarya Seni Visual di Era Digital' *Jurnal Penelitian Pendidikan* pp. 18-21
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan RND*, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Suhanadji dan Waspodo TS (2004) *Modernisasi dan Globalisasi Studi Pembangunan dalam prespektif global; Insan Cendekia*.
- Storey, John (2007) *Culture Studies Dan Kajian Budaya Pop*. Laily Rachmawati. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wang, V., & Wang, D., (2021). The Impact of the Increasing Popularity of Digital Art on the Current Job Market for Artists. *Art and Design Review*. Vol 9. Page 242-253. 2021.