

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Profil Komunitas Gardu House

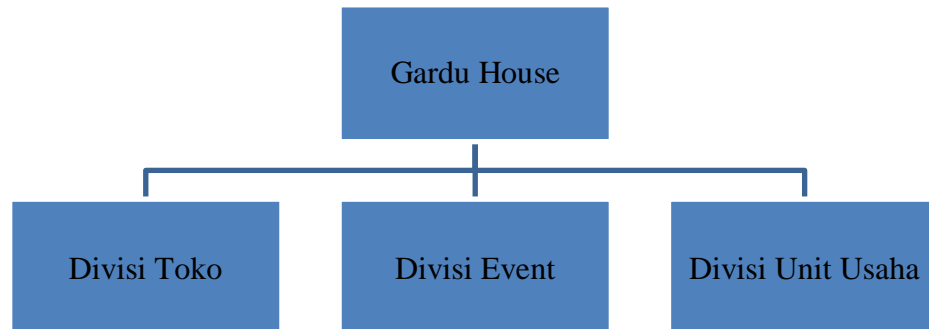
Dalam perkembangan street art baik di Jakarta dan di Indonesia salah satu kelompok yang berpengaruh adalah Gardu House. Gardu House sendiri secara fisik merupakan ruang seni, toko dan juga galeri dimana para seniman street art baik dari Gardu House sendiri ataupun komunitas, dan street artist lainnya bisa berkarya di dalamnya. Mereka rutin melakukan kegiatan baik membuat event, pameran, bazar ataupun sekedar menggambar graffiti. Mereka juga mendukung acara komunitas lain yang berkaitan dengan street art. Untuk melihat perkembangan dari Gardu House, tak lengkap jika tidak menilik kelompok yang menjadi cikal bakal Gardu House yakni *Artcoholic*. *Artcoholic* merupakan kelompok graffiti yang terbentuk pada tahun 2001 yang terdiri dari beberapa orang street artist diantaranya Bujangan Urban, Ones, Koma, Sidvizeus, Fine, Muth, dan lainnya. Mereka awalnya merupakan teman satu kampus yang sering berkumpul dan menggambar di lobi kampusnya. Tak cukup dengan menggambar di kampus mereka kemudian menggambar di jalan dan berinteraksi dengan komunitas lainnya. Dalam berkarya *Artcoholic* yang berasal dari Jakarta juga berkarya di kota lain seperti Kendal, Bandung, Solo, Malang dan Jogja. Mereka melihat bahwa ini merupakan cara untuk memperluas pertemanan. Tahun 2010 *Artcoholic* dibantu teman-teman lainnya berinisiasi membentuk suatu wadah bagi para street art ataupun graffiti writer untuk berkarya dari situ-lah mereka membuat Gardu House. Gardu House terbentuk karena banyaknya minat untuk bergabung dengan *Artcoholic* dan untuk menampung lebih banyak ide. Gardu House sendiri tidak hanya berfokus pada graffiti atau

street art. Gardu House juga mengerjakan beberapa proyek seperti fotografi dan editing video. Gardu House sendiri memiliki visi sebagai wadah untuk para street artist dan graffiti writer untuk berkarya. Dan mereka memiliki misi untuk menjaga scene graffiti mereka dan untuk lebih besarnya menjaga scene graffiti di Indonesia. Tetapi, mereka tetap bumi dan menyebut bahwa mereka hanya berusaha menjaga scene graffiti saja. Scene yang dimaksud disini adalah suatu kegiatan yang ada di tempat tertentu atau daerah tertentu ataupun suatu cara hidup yang dilakukan orang-orang tertentu yang terlibat di dalamnya (Oxford Dictionary: 566)

Komunitas Gardu House sendiri memiliki pandangan tersendiri terkait street art. Gardu House melihat street art dari berbagai sisi seperti yang dikatakan informan Bujangan Urban “Gardu ini lagi bangun movement. Movement tentang graffiti ini. Movement itu tuh banyak banget. Dari persoalan ngebuild event, ngebuild pertemanan, ngebuild bisnisnya. Ini movementnya nih globalnya nih.

Gardu House melihat street art dari berbagai aspek baik sebagai life style, bisnis ataupun movement. Tetapi, movement bagi mereka bukanlah movement seperti yang banyak dikenal seperti untuk menciptakan perubahan sosial atau merubah pemikiran orang terkait street art. Gardu House tidak melihat street art merupakan suatu yang positif ataupun sesuatu yang negative. Gardu House melihat street art dari banyak aspek baik itu sebagai life style, bisnis ataupun movement. Namun, mereka melihat movement ini bukan untuk mengkonstuk pikiran orang untuk melihat street art sebagai hal yang positif. Mereka membebaskan siapapun baik anggotanya atau masyarakat awam menilai street art menurut pandangan mereka sendiri. Mereka, lebih melihat movement ini untuk mengenalkan aspek sebelumnya seperti gaya hidup dan bisnis.

4.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 4.1 (Struktur Organisasi Gardu House)

Gardu House memiliki Struktur Organisasi sebagai berikut:

- Divisi Toko atau Store yaitu, divisi dimana Gardu House memasarkan produk mereka dan alat-alat street art dan graffiti baik itu kaos, tas, spraypaint, caps, masker dan lainnya. divisi ini terkait dengan jual beli peralatan dan aksesoris graffiti.
- Divisi Event atau acara, yaitu Divisi kedua yakni divisi acara atau event. Divisi ini bertugas membuat acara dan event untuk menjaga scene. Mereka merancang acara yang dilakukan oleh gardu seperti pameran, mengundang street artist lain untuk menggambar di Gardu House dan membuat festival seperti Street Dealine.
- Divisi Unit usaha yakni unit usaha lebih kepada menjual jasa. unit usaha ini bertugas mencari proyek yang komersil baik itu dari menggambar ataupun dari hal lain seperti video editing dan fotografi. Ketiga divisi inilah yang menjadi penggerak Gardu House

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Kegiatan Komunitas Gardu House

Event mereka meliputi event bulanan, tahunan dan juga temporer. Event bulanan yang mereka lakukan adalah Iron Wall. Event ini merupakan event dimana Gardu House mengundang street artist ataupun seniman dari kelompok atau komunitas lain untuk menggambar di tembok besar yang disediakan oleh Gardu House yang terletak di halaman Gardu House. Street artist yang diundang berbagai macam. Baik itu dari dalam kota, luar kota ataupun luar negeri. Event lainnya yang sifatnya temporer adalah pameran. Di sini Gardu House sebagai penyelenggara melakukan diskusi dengan street artist ataupun seniman yang akan melakukan pameran. Seniman dan street artist sendiri bisa menyatakan idenya untuk membuat pameran pada Gardu House kemudian Gardu House sebagai penyedia tempat. Atau pun Gardu House mengajak street artist atau seniman tersebut mengadakan pameran di Gardu House. Pamerannya pun bisa memiliki tema ataupun tidak dan bisa merupakan pameran individu ataupun kolaborasi. Seperti pernyataan salah satu informan 2 yakni yang merupakan anggota komunitas Gardu House menyatakan:

Ada juga pameran individu sama yang bareng-bareng gitu colab-colab-an artisan graffiti, Street Dealin. Terus ngadain pameran di luar juga. Pameran galeri di luar gitu. Iron Wall itu kaya ngajak gambar biasa doang sih biar colab juga bisa. Kaya ngajak orang biar bisa gambar di gardu nih. Gardu nyediain tembok ya lu gambar dah. Kalo pameran kadang kaya kemaren tuh darbotz, pameran sendiri tapi banyak gabungannya. Kolaborasi. Kaya Tutu waktu itu individu. banyak sih individu-individu gitu. kalo colab kadang di temain kaya misalnya gambar realis dikumpulin sama realis terus bikin pameran disini (wawancara dengan informan 2)

Beberapa pameran yang dilakukan Gardu House diantaranya Barbuk yakni pameran tunggal yang dilakukan oleh street artist TUTU, Santai yakni pameran tunggal yang dilakukan street artist Tuyuloveme, dan Proyek sama-sama yakni pameran kolaborasi yang dilakukan oleh Darbotz dan juga street artist lain. Selain itu, ada juga Vinyl Attack yakni pameran yang memanfaatkan vinyl atau piringan hitam yang digambar graffiti dengan sedemikian rupa. Event tahunan yang dilakukan Gardu House sendiri adalah Street Dealin.

Selain dengan event-event yang di adakan oleh komunitas lain, gardu house juga memperlebar jaringan-jaringannya seperti yang di uraikan oleh informan 1:

Kita sering bikin acara. Pameran kecil, pameran gede, terus apa yang cuma sekedar iseng-iseng. Apa bakar ikan doang. Nah itu sebenarnya di situ, kita ngebangun koneksinya tuh di situ... Karena kalo kita bikin acara kita gak ngelibatin semua orang yang di Jakarta doang kan. Kita ngelibatin yang di luar. Yang di luar jawa. Yang di mana-mana dah. Nah dari situ tuh kadang ketika mereka maen ke sini mereka kan liat. oh ternyata nih gini. Terus ada yang sering nanya. Bang gimana, gimana, gimana. Nah kebanyakan sih ya kaya gitu. Terus kadang kita main ke kota mereka Cloak dari Malaysia gua gak kenal awalnya dia siapa. Dia dateng ke Jakarta. Gua jemput, gua ngobrol, gua gak tau kalo dia tuh akan gambar dan dia adalah artis dari Malaysia. Gua ngobrol sama dia. Dia ngasih banyak masukan gitu bahkan dia apa, memposting foto gua dan anak anak di websitenya dia gitu. Itu menurut gua adalah jaringan yang dari satu ke yang lain itu semakin-luas dan semakin luas gitu...

Dari hasil uraian, dapat dijelaskan bahwasnyanya salah satu kegiatan gardu house, adalah memperbesar jaringan -jaringan nya. Karna dengan hal ini dapat menumbuhkan ide -ide baru dan juga dapat memperluas jaringan.

Informan 3 yang merupakan anggota divisi acara Gardu House menceritakan bagaimana Street Dealin dibuat:

Ya pertama ini dibikin cuma karena pindah tempat. Pindah ke veteran situ bikin Street Dealin. Eh bikin acara apa ye? Bikin acara bazar aja. Kan sebenarnya bazar awalnya. 49 Konsep awalnya cuman dagang, tapi kalau dipikir-pikir, Street Dealin ini juga bagus buat meningkatkan interaksi kita dengan masyarakat, sehingga masyarakat lama kelamaan bisa merasa nyaman dengan seni graffiti yang kami lakukan (wawancara pribadi dengan informan 3)

Street Dealin sendiri awalnya merupakan event dengan konsep bazar dimana Gardu House mengajak para produsen barang dan merchandise graffiti untuk bertransaksi bersama. Kemudian event ini makin lama makin besar dengan mengajak komunitas lain seperti hiphop dan kelompok graffiti lain untuk menggambar dalam event tersebut. Tahun 2015, Street Dealin yang sudah pada hitungan yang ke 9 lebih berkembang dan memiliki konsep berbeda dari sebelumnya. Konsep yang baru lebih kepada festival.

Hal ini pun di sampaikan oleh informan 4 yakni yang merupakan anggota gardu house :

Pada kegiatan yang dilakukan oleh gardu house, memiliki event yang biasa diikuti dan juga memberikan makna dalam event yang di adakan tidak hanya melakukan atau membuat seni graffiti saja, dalam pelaksanaan beberapa kegiatan ataupun kampanye sosial yang dilakukan tidak lain untuk menyampaikan aspirasi masyarakat dan juga aspirasi dari gardu house juga. Di tahun tersebut pula berkolaborasi dengan Jakarta Biennale, Street Dealin menjelma menjadi festival street art dan graffiti terbesar di Indonesia bahkan di Asia Tenggara. Pada konsep barunya, Gardu House mulai mengajak street artist dari luar untuk bergabung pada event tersebut seperti dari Malaysia, Singapura, Selandia Baru dan Filipina.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan, bahwasanya dalam beberapa kegiatan yang dilakukan oleh komunitas gardu house sendiri diantar lain adalah membuat event-event dan juga berkolaborasi dengan beberapa komunitas lainnya, dari salam negeri maupun luar negeri.

Event event tersebut terbilang sukses pada Street Dealin 9 tahun 2015, Gardu House melanjutkannya dengan Street Dealin 10 yang masih berkonsep festival tetapi dengan waktu yang lebih lama dan acara yang lebih beragam. Pada Street Dealin 10, acara masih seputar street art dan graffiti tetapi lebih terbuka. Dimana pada Street Dealin 9 acara menggambar berpusat pada Gudang Sarinah dan Gardu Interstudi, pada Street Dealin 10 acara menggambar disebar di lingkungan tempat keberadaan Gardu House yakni di kawasan pemukiman padat penduduk di Kebayoran Lama dan juga pada acara puncak di Gudang Sarinah.

Selain dari persebaran lokasi acara, pada Street Dealin 10 event yang diadakan juga lebih beragam, seperti pemutaran film seputar perkembangan street art, siskusi terkait dokumentasi street art dan marcendaising street art, dan juga acara puncak yakni bazar, live painting dan juga musik. Street Dealin 10 juga memiliki cakupan yang lebih luas dalam pemilihan artist pada live painting dimana artist yang datang pada Street Dealin 10 mencapai lingkup Eropa Selain itu Gardu house juga menjual beberapa alat graffiti yang memungkinkan untuk berbisnis dan mencari dana tambahan untuk melakukan kegiatan lainnya, seperi yang di uraikan oleh informan 1,

Ini bukan untuk mengkonstuk pikiran orang untuk melihat street art sebagai hal yang positif. Mereka membebaskan siapapun baik anggotanya atau masyaraka awam menilai street art menurut pandangan mereka sendiri. Mereka, lebih melihat movement ini untuk mengenalkan aspek sebelumnya seperti gaya hidup dan bisnis.

Dalam setiap acara Komunitas Gardu House mencari dana dari persiapan dan juga perizinan. Maka dari itu komunitas ini memiliki toko sendiri. Komunitas *Gardu House* juga tidak membatasi siapa yang menjadi anggota mereka. Informan Bujangan Urban mengungkapkan “semua orang bisa ngaku. Gua bagian Gardu House. *Gardu House* sendiri tidak seperti komunitas ataupun kelompok-kelompok lain yang terstruktur dan terorganisir. Dalam penuturannya informan Bujangan Urban menyatakan “Gardu House sendiri sifatnya lebih komunal dimana pengeolaannya lebih secara kebersamaan *Gardu House* terbagi atas tiga divisi yakni pertama Toko atau *Store*, kedua *Event* atau acara dan yang ketiga unit usaha. divisi pertama yakni toko, seperti namanya ini merupakan divisi dimana *Gardu House* memasarkan produk mereka dan alat-alat *street art* dan *graffiti* baik itu kaos, tas, *spray paint*, *caps*, masker dan lainnya. Dengan kata lain divisi ini terkait dengan jual beli peralatan dan aksesoris *graffiti*. Divisi kedua yakni divisi acara atau *event*. Divisi ini bertugas membuat acara dan *event* untuk menjaga *scene*. Mereka merancang acara yang dilakukan oleh gardu seperti pameran, mengundang *street artist* lain untuk saling mengenal dan berbagi ilmu.

4.2.2 Bentuk Kampanye sosial yang dilakukan oleh Komunitas Gardu House

Dalam bentuk kampanye yang sosial yang dilakukan oleh komunitas ini, biasanya tergantung dengan isu yang sedang hangat, seperti halnya membuat kampanye sosial terkait isu kehutanan, serta beberapa isu politik yang ada di daerah Jakarta, hal ini tidak lain adalah bentuk menyampaikan aspirasi rakyat kepada pemerintahan komunitas Gardu House seringkali terlibat dalam berbagai kampanye sosial yang bertujuan untuk menyuarakan pesan-pesan tertentu atau untuk menciptakan kesadaran akan isu-isu tertentu.

Penting untuk dicatat bahwa meskipun tujuan dari kampanye sosial ini baik, beberapa karya seni graffiti masih bisa saja melibatkan tindakan ilegal tergantung pada lokasi dan izin yang diperlukan. Oleh karena itu, penting bagi komunitas graffiti untuk tetap memperhatikan aturan dan etika yang berlaku dalam melaksanakan kampanye-kampanye sosial mereka.

Seperti yang dikatakan oleh *key informan*:

Kalau untuk kampanye sosial yang kita lakukan di gardu house ini terbilang belum rutin seperti halnya event lainnya, namun bukan berarti gak ngelakuin sih, kadang kita buat sesuai apa yang kita rasain nih, misalnya waktu itu di daerah Jakarta dulunya ada pohon, sekarang gak ada nih udh berubah jadi perumahan apa jalan tol, kita buat kampanye sosial dah tuh, di deket daerah itu. Ya intinya kita ngeliat dulu sih apa ada hal yang ngetren di Jakarta dan kalo menurut kita hal yang ngetren itu bisa efektif dalam menarik perhatian dari masyarakat, baru tuh kita melakukan kampanye sosial. Meskipun graffiti sering dikaitkan dengan vandalisme atau tindakan ilegal, beberapa komunitas graffiti berusaha menggunakan seni jalanan ini sebagai sarana untuk memperjuangkan perubahan positif dalam masyarakat. Beberapa contoh kampanye sosial yang dilakukan oleh komunitas graffiti meliputi:

Anti-perundungan (Anti-bullying) dengan membuat mural yang menekankan pentingnya menghormati perbedaan individu dan memerangi perilaku perundungan di sekolah atau tempat umum.

Pendidikan dan Literasi: dengan fokus pada meningkatkan kesadaran akan pentingnya pendidikan dan literasi di komunitas Gardu House. dapat menciptakan mural-mural yang menginspirasi anak-anak untuk belajar atau menyebarkan pesan-pesan positif tentang pentingnya membaca dan menulis.

Perlindungan Lingkungan: Melalui mural-mural dan karya seni jalanan lainnya, komunitas graffiti dapat mengingatkan masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dan alam sekitar bisa membuat karya seni yang menyoroti isu-isu seperti pemanasan global, kelestarian hutan, atau pengurangan limbah plastik.

Kesehatan Mental: Dalam upaya untuk mengatasi stigma seputar kesehatan mental, komunitas graffiti dapat menciptakan mural-mural yang mengangkat isu-isu seperti depresi, kecemasan, atau perawatan diri. Mereka juga dapat menawarkan pesan-pesan positif yang menginspirasi harapan dan pemulihan.

Hak Asasi Manusia: dalam menyoroti pelanggaran hak asasi manusia di berbagai belahan dunia. mungkin membuat mural-

mural yang menggambarkan perjuangan para aktivis atau mengadvokasi untuk keadilan sosial.

Pencegahan Kekerasan: Komunitas gardu house juga dapat terlibat dalam kampanye pencegahan kekerasan, terutama di lingkungan yang rentan terhadap kejahatan jalanan. Mereka dapat menciptakan karya seni yang mengajak untuk berdamai, menghargai kehidupan, dan membangun komunitas yang aman.

Sementara itu, menurut informan 4 yaitu :

Nah buat kampanye sosial yang udah kita lakuin tuh, kaya campaign tentang Sosial, Lingkungan hidup, contohnya dari awalnya ada pohon sekarang lahan tersebut dijadikan Gedung-gedung ataupun jalann tol, hal ini pun mengurangi lahan hijau di Kota Jakarta. , selain itu isu politik dan juga isu isu yang sedang hangat lainnya. Hal ini pun menjadi pendorong para kaum muda untuk berkreasi. Berhubung juga ada prosedur nya untuk melakukan kampanye sosial, jadi penanggung jawabnya juga akan berubah-ubah sesuai dengan kapasitasnya gitu.

Dalam hal ini, bahwasanya komunitas gardu house melakukan beberapa kampanye sosial, yang diantaranya adalah tentang sosial, lingkungan hidup, serta politik dan lainnya. Hal ini bertujuan untuk menyampaikan aspirasi masyarakat.

Sementara itu, hal lain di kemukakan oleh informan 5 :

Dari beberapa hasil yang udah warga sini liat , trus juga kadang orang –orang liat juga kan ini bagus sih bisa juga buat nembangin bakat anak muda yang suka graffiti, mural, dll deh, tapi lebih baik yang berkesinambungan aja gitu isunya, toh hasil graffiti yang mereka buat juga bagus dan ada nilai seninya jadi kita ngerasa ada hal yang baru aja gitu di lingkungan kita berkat seni graffiti mereka (warga)

Dari uraian diatas, maka dapat dijelaskan bahwasanya yang di lakukan oleh Gardu House selalu mendapat respon Positif dan banyak juga yang menyarankan untuk berkesinambungan. Dengan isu yang sedang hangat serta juga, rutin dilakukan atau konsisten. perkembangan dan minat dalam seni graffiti menjadi faktor dalam meningkatkannya

kampanye yang dilakukan gardu house.

Sehubungan dengan pandangan tersebut, komunitas Gardu House membentuk jaringan melalui dua cara yakni interaksi langsung dengan orang yang pertama kali bertemu dengan Gardu House dan interaksi langsung dengan orang yang sudah kenal dengan anggota Gardu House. Pertama Interaksi langsung dengan orang yang pertama kali bertemu dengan Gardu House, informan 1 dan informan 5 selaku anggota dari komunitas Gardu House menjelaskan mengungkapkan:

Kita sering bikin acara. Pameran kecil, pameran gede, terus apa yang cuma sekedar iseng-iseng. Apa bakar ikan doang. Nah itu sebenarnya di situ, kita ngebangun koneksinya tuh di situ... Karena kalo kita bikin acara kita ngak ngelibatin semua orang yang di Jakarta doang kan. Kita ngelibatin yang di luar. Yang di luar jawa. Yang di mana-mana dah. Nah dari situ tuh kadang ketika mereka maen ke sini mereka kan liat. oh ternyata nih gini. Terus ada yang sering nanya. Bang gimana, gimana, gimana. Nah kebanyakan sih ya kaya gitu. Terus kadang kita main ke kota mereka

Cloak dari Malaysia gua ngak kenal awalnya dia siapa. Dia dateng ke Jakarta. Gua jempuit, gua ngobrol, gua ngak tau kalo dia tuh akan gambar dan dia adalah artis dari Malaysia. Gua ngobrol sama dia. Dia ngasih banyak masukan gitu bahkan dia apa, memposting foto gua dan anak anak di websitenya dia gitu. Itu menurut gua adalah jaringan yang dari satu ke yang lain itu semakin-luas dan semakin luas gitu

Interaksi secara langsung dengan orang yang pertama kali bertemu dilakukan komunitas Gardu House untuk membuka koneksi dengan masyarakat tempat tinggal mereka. Informan Bujangan Urban selaku founder dari Gardu House menjelaskan bagaimana mereka mulai membuka jaringan dengan warga setempat.

4.2.3 Kendala yang dihadapi Komunitas Gardu House dalam melakukan kampanye sosial melalui seni graffiti

Dalam setiap proses pasti menemui faktor kendala atau tantangan, seperti halnya dalam melakukan kampanye sosial yang di lakukan gardu house ini, terkadang dari mulai segi pendanaan atau pun dalam segi birokrasi yang menyulitkan, sering menghadapi berbagai kendala, baik

dalam hal teknis maupun sosial, karena sifat kontroversial dan seringkali ilegal dari seni jalanan mereka.

Seperti yang dirasakan oleh informan 1 :

Pasti sih kalau dalam proses kampanye sosial atau event lah, itu kita pasti mengalami kendala yang mungkin dibilang biasa aja, namun hal ini yang membuat kami kadang kurang semangat, trus juga menunda event gitu sih. Tapi ya namanya graffiti ini hobi kita juga kan, jadi kita tetep melakuin kampanye sosial kalau kami bisa, dan maksimal juga.

Tetapi dalam perkembangannya yang terdengar dan terlihat manis. Perkembangan street art di Jakarta juga memiliki hambatan. Salah satunya adalah PERDA no.8 tahun 2007 yang berisi tentang larangan mencorat-coret, menggambar dan merusak fasilitas umum. Terlebih dalam penerapannya dalam membersihkan street art, para petugas yang membersihkan street art terkesan asal tiban saja dan membuat tembok itu justru lebih kotor. Dalam menyikapi PERDA ini, street artis dan berbagai kelompok street art melakukan berbagai siasat mulai dari yang halus seperti meminta izin dan juga mngenakan atribut seperti petugas dinas ataupun menggambar dengan cara kucing-kucingan dengan petugas dinas terkait

Dalam uraian tersebut dijelaskan, bahwasnya dalam kendala yang dialami oleh gardu house ini hampir sama dengan komunitas lainnya karna adanya peraturan yang mengikat akan larangan mengambar di sembarang tempat dan tak dapat perizinan.

Hal serupa pun dijelaskan oleh informan 5:

Memang kalau dalam hal kendala, kami pasti akan mengalami itu, secara komunitas kami tidak memiliki sponsor dan itupun bukan kami banget, ya biasa nya kami mencari dana dari berjualan di toko, dan mengadakan event, setelah itu dari segi birokrasi yang sulit ini, karna perijinan untuk menyoret tembok ini memang sulit, dari mulai RT/RW, bahkan kadang sampai ke tingkat kelurahan. Terus kami juga harus pinter-pinter milih lokasi yang gampang terlihat sama warga dan di saat yang sama lokasinya juga ga boleh digambar di lingkungan yang warganya ga suka sama graffiti, dan juga Hukum dan Penegakan, Salah satu kendala utama bagi kami adalah hukum dan penegakan hukum terkait vandalisme.

Kebanyakan karya seni graffiti dilakukan tanpa izin, sehingga pelukis dapat menghadapi tindakan hukum seperti denda, penangkapan, atau bahkan penjara. Kemudian Reaksi Negatif dari Masyarakat karna tidak semua orang menyukai seni jalanan, dan beberapa masyarakat menganggapnya sebagai vandalisme atau tindakan merusak properti. Komunitas graffiti sering kali menghadapi reaksi negatif dari penduduk setempat atau pemilik properti di mana karya seni mereka dilakukan. Setelah itu keterbatasan Ruang, Meskipun ada permintaan untuk karya seni graffiti di beberapa tempat, terkadang komunitas graffiti mengalami keterbatasan dalam mendapatkan ruang untuk berekspresi. Banyak kota memiliki peraturan ketat terkait graffiti, membuat sulit bagi seniman jalanan untuk menemukan tempat yang legal untuk berkarya. Tidak kalah penting yaitu, keselamatan Aktivitas graffiti seringkali dilakukan di tempat-tempat yang berisiko, seperti jembatan, rel kereta, atau bangunan tinggi.

Hal ini bisa menyebabkan risiko kecelakaan atau bahaya bagi pelukis, terutama jika mereka melakukan karya seni di tempat-tempat yang berbahaya atau terpencil. Setelah itu tantangan Finansial Peralatan dan cat aerosol yang digunakan dalam graffiti dapat mahal, dan beberapa seniman mungkin menghadapi tantangan finansial dalam membiayai karya seni mereka. Selain itu, denda hukum atau biaya perbaikan properti akibat vandalisme juga dapat menimbulkan beban finansial yang besar bagi komunitas kami,

Adapun juga stigma Negatif yang masih cukup tinggi, meskipun ada seniman graffiti yang bekerja untuk menyuarakan pesan positif dan memperindah lingkungan, seni jalanan masih seringkali dianggap sebagai tanda ketidakstabilan atau gangguan sosial. Stigma negatif ini dapat menghambat kesempatan bagi seniman jalanan untuk diterima

Hal ini juga disampaikan oleh informan 2 yakni merupakan divisi event dalam komunitas gardu house

Pada kendala yang terbesar merupakan tantangan Finansial Peralatan dan cat aerosol yang digunakan dalam graffiti dapat mahal, dan beberapa seniman mungkin menghadapi tantangan finansial dalam membiayai karya seni mereka. Selain itu, denda hukum atau biaya perbaikan properti akibat vandalisme juga dapat menimbulkan beban finansial yang besar bagi komunitas kami dalam mengumpulkan dana untuk mengadakan event, dimana dalam menyiapkan event biasanya diperlukan dana yang kisaran 10-15 juta, kalau untuk event yang diadakan gardu house masih

cukup, namun bila acara yang berkolaborasi dengan komunitas lain, dana yang dibutuhkan tidaklah banyak karena dana bisa dari hasil sponsorship dengan brand-brand, ataupun dari hasil jualan

Dari hal yang diuraikan oleh informan di atas, dapat disimpulkan bahwasanya dalam pelaksanaan kampanye sosial yang dilakukan oleh gardu house ini, banyak menemukan kendala, seperti halnya keuangan dan juga birokrasi yang menyulitkan karena di satu sisi, graffiti masih terbilang negatif, dilihat seperti vandalisme atau hanya mencoret-coret. Padahal dalam seni graffiti juga terdapat nilai positifnya yang terbilang sudah berkembang kira-kira dari tahun 2010, dikarenakan media social yang terus membeberitahukan bahwasanya seni graffiti bukanlah tindakan menyimpang.

Menurut informan lainnya pun demikian

Memang kalau dalam hal kendala, kami pasti akan mengalami itu, secara komunitas kami tidak memiliki sponsor dan itupun bukan kami banget, ya biasanya kami mencari dana dari berjualan di toko, dan mengadakan event, setelah itu dari segi birokrasi yang sulit ini, karena perijinan untuk menyoret tembok ini memang sulit, dari mulai RT/RW, bahkan kadang sampai ke tingkat kelurahan. Terus kami juga harus pinter-pinter milih lokasi yang gampang terlihat sama warga dan di saat yang sama lokasinya juga ga boleh digambar di lingkungan yang warganya ga suka sama graffiti, dan juga Hukum dan Penegakan, Salah satu kendala utama bagi kami adalah hukum dan penegakan hukum terkait vandalisme. Kebanyakan karya seni graffiti dilakukan tanpa izin, sehingga pelukis dapat menghadapi tindakan hukum seperti denda, penangkapan, atau bahkan penjara.

Padahal dalam seni graffiti juga terdapat nilai positifnya yang terbilang sudah berkembang, dikarenakan media social yang terus membeberitahukan bahwasanya seni graffiti bukanlah tindakan menyimpang.

Selain norma tidak membatasi orang lain dalam menggambar, norma yang berasal dari kebiasaan lain juga terdapat dalam hubungan kerja sama antara komunitas Gardu House dan kelompok/komunitas lain. Norma ini muncul dari kebiasaan komunitas Gardu House yang meolong komunitas lain ketika mengadakan acara dan sebaliknya komunitas lain juga menolong komunitas Gardu House ketika mereka mengadakan event. Norma yang berasal dari kebiasaan yang digunakan komunitas Gardu House ini muncul dari pengalaman mereka selama berinteraksi dengan kelompok ataupun komunitas lain khususnya selama interaksi yang mereka lakukan selama menggambar di jalan. Selain itu, aspek lain yang mereka jaga adalah aspek menjaga pertemanan melalui norma mementingkan teman yang membantu acara. Kedua, Norma yang berasal dari perhitungan untung rugi. Norma ini terlihat dimana komunitas Gardu House berbagi tugas dengan masyarakat sekitar. Seperti yang sebelumnya dijelaskan informan Bujangan Urban, dimana warga sekitar yang menjaga parkir ketika komunitas Gardu House mengadakan acara.

Hal ini juga dibenarkan oleh informan 6. Informan 6 ini menuturkan “contohnya kali, kegiatan yang orang ini, ini parkirnya diserahkan ama anak-anak sini ...parkir...parkir tuh kegiatan anak-anak sini
Pendapat dari informan Suparno tersebut memperjelas bahwa komunitas Gardu House juga memiliki norma yakni berbagi tugas dengan masyarakat sekitar. Sedikit berbeda dari norma yang muncul melalui kebiasaan ketika interaksi, norma ini muncul ketika terjadi pertukaran yang menguntungkan antara kelompok Gardu House dan anak-anak sekitar tempat tinggal