

---

## Manajemen Event Rokest Party 2024 Sebagai Media Komunikasi Pengenalan Seni Grafiti

### *Rokest Party 2024 Event Management As A Communication Media For Introducing Graffiti Art*

Alfareji Febrian Hanom<sup>1\*</sup>, Bintang Awal Ramadhan<sup>2</sup>, Muhamad Firzan Akbar<sup>3</sup>,  
Qurotul Putri Riyadi<sup>4</sup>, Carolina Fernanda Diaz Aprianto<sup>5</sup>, Linka Azzahra<sup>6</sup>, Nabilah  
Akhsaniyah<sup>7</sup>, Gilang Wasis Danuarta<sup>8</sup>, Sadiyah El Adawiyah<sup>9</sup>

<sup>1-9</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta

Korespondensi Penulis : \*[alfarejifebrian@gmail.com](mailto:alfarejifebrian@gmail.com)

---

#### Article History:

Received: Mei 10, 2024;

Revised: Juni 15, 2024;

Accepted: Juli 05, 2024;

Published: Juli 10, 2024;

#### Keywords:

Event, Graffiti, and  
Communication Media.

#### Abstract:

*Graffiti art is a form of art that possesses unique qualities and distinct market value compared to other art forms. However, it is still often seen as vandalism that damages public property in the eyes of society. There is a need for communication channels to introduce graffiti to the Indonesian public in order to change this perception. Through the Rokest Party 2024 event held on July 6th at Cafe Kaldi.Id Juanda Depok, the Rokest community, together with Communication Science students from the Faculty of Social and Political Sciences at Muhammadiyah University of Jakarta, organized this event with the intention of introducing graffiti and promoting the market value of graffiti artworks within the Rokest community. The event implementation method followed Glodblatt's event planning model, which includes research, design, planning, coordination, and evaluation. Therefore, this event can be considered successful as a communication medium for introducing graffiti, despite needing further improvements and evaluation.*

#### Abstrak

Karya seni grafiti merupakan karya yang memiliki keunikan dan nilai jual yang beda dari seni lain. Namun karya seni ini masih disebut sebagai bentuk vandalisme yang bersifat merusak di mata masyarakat. Diperlukan media komunikasi untuk memperkenalkan grafiti kepada Warga Indonesia agar pandangan terhadap karya ini berubah. Melalui Event Rokest Party 2024 yang dilaksanakan pada 6 Juli di Cafe Kaldi.Id Juanda Depok, Komunitas Rokest bersama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta telah mengadakan acara ini dengan maksud memperkenalkan grafiti serta mempromosikan nilai jual dari karya-karya seniman grafiti di Komunitas Rokest. Adapun metode pelaksanaan ini menggunakan model perencanaan event menurut Glodblatt yang meliputi research, design, planning, coordination, serta evaluation. Sehingga dapat dikatakan event ini berhasil sebagai media komunikasi pengenalan grafiti, walaupun masih perlu banyak kekurangan dan evaluasi.

**Kata Kunci:** Event, Grafiti, dan Media Komunikasi.

## 1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan karya seni grafiti semakin meningkat. Grafiti dianggap sebagai seni yang memiliki keunikan dan ciri khas seperti kombinasi warna serta teknik menggambar yang khusus. Grafiti sendiri pun sudah banyak ditekuni dan disukai oleh Warga Indonesia sejak puluhan tahun lamanya. Dilansir dari berita yang dimuat oleh Republika dengan judul, "Merayakan Gerakan Grafiti Indonesia Dan Asia King Royal Pride 2023 Digelar Di Jakarta" menyatakan festival ini diadakan pertama kali di tanah air dengan melibatkan lebih 1.200 seniman yang tersebar di Indonesia. Seniman tersebut telah

---

\* Alfareji Febrian Hanom , [alfarejifebrian@gmail.com](mailto:alfarejifebrian@gmail.com)

menggambarkan grafiti secara serempak di 85 tembok mulai dari Sumatera hingga Papua, yang melintasi 21 provinsi (Prambadi, 2023). Sehingga dapat dikatakan bahwa seni grafiti cukup terkenal dan diketahui oleh Masyarakat Indonesia.

Namun masih banyak mayoritas warga yang merasakan bahwa seni grafiti bersifat merusak dengan sebutan *vandalisme*. *Vandalisme* merupakan corat-coret liar, grafiti tanpa aturan, perusakan, penghancuran, serta pencemaran lingkungan. Dikutip dari data Katadata.co.id, menjelaskan bahwa tindak *vandalisme* bersifat merugikan, seperti yang dipaparkan oleh Jason Lase pada artikel penelitian berjudul Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Sekolah terhadap *vandalisme* Siswa. Lase menyebut terdapat bentuk-bentuk *vandalisme*, dan salah satunya adalah corat-coret sembarangan atau disebut grafiti. Grafiti yang disebut sebagai tindakan merugikan biasanya digambarkan di tembok pinggir jalan, tembok sekolah, jembatan, halte bus, serta bangunan lainnya (Laily, 2022).

Walaupun grafiti masih dipandang sebelah mata oleh sebagian masyarakat, seni ini masih mempunyai nilai karya yang menjual. Pasalnya grafiti akan selalu memiliki keindahan di mata orang yang memiliki selera seni yang sesuai. Inovasi keindahan grafiti masih perlu disebarluaskan agar banyak orang yang tertarik dengan seni tersebut. Diperlukan wadah berupa media komunikasi untuk memperkenalkan karya seni grafiti sebagai karya seni kekinian. Dengan adanya media komunikasi ini, diharapkan seni grafiti kedepannya tidak akan dipandang sebelah mata sebagai seni yang bersifat merusak.

Seperti yang diketahui, terdapat banyak media komunikasi yang digunakan untuk memperkenalkan suatu seni. Dapat dilihat dari *event Asia King Royal Pride 2023*, telah diadakan suatu *international event* yang diadakan di Benua Asia untuk mempersembahkan serta memperkenalkan karya seni grafiti dari berbagai seniman di dunia. Oleh sebab itu, event dapat digunakan sebagai wadah untuk menyampaikan informasi serta pesan untuk mengetahui lebih banyak terkait grafiti. Merujuk pada penelitian sebelumnya, *event* bisa dijadikan sebagai media komunikasi apabila dilihat dari dua sisi, yaitu sisi *public relations* serta *integrated marketing communication*. Perspektif *public relations* menunjukkan bahwa terjadi komunikasi dua arah yang dilakukan secara tatap muka, dan bisa disebut sebagai *special events PR*. Sedangkan dalam kacamata *Integrated Marketing Communication*, *event* termasuk dalam kegiatan promosi *below the line*, yang bertujuan membangun *awareness* dan *brand image* di benak publik (Hamidi et al, 2020).

Berdasarkan uraian diatas, telah dilaksanakan Event Rokest Party 2024 yang digunakan sebagai wadah untuk memperkenalkan karya grafiti yang dibuat seniman khusus untuk dipersembahkan kepada audiens. Rokest Party 2024 adalah event kolaborasi antara Komunitas

Rokestore dengan Mahasiswa Mata Kuliah Event Management Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Jakarta. Komunitas Rokestore merupakan komunitas yang telah menekuni bidang karya seni karya grafiti sejak tahun 2019. Komunitas ini telah mengadakan Event Rokest Party sejak tahun 2022, 2023, hingga tahun yang terbaru 2024. Dengan diadakannya Rokest Party tahun ini, Komunitas Rokest bersama Tim *Event Management* Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Jakarta telah mengadakan event dengan tujuan 1) Memperkenalkan dan mempromosikan Komunitas Rokestore kepada masyarakat, 2) Memberikan dampak kepada publik agar mereka mengenal seni grafiti lebih jauh, 3) Memberikan platform bagi seniman grafiti untuk memamerkan karya-karya grafiti terbaik mereka, 4) Menghilangkan stigma negatif oleh masyarakat terhadap karya seni grafiti, dan 5) Membantu para seniman grafiti untuk mendapatkan keuntungan dan peluang berbentuk komersial untuk meraih pendapatan.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Event Rokest Party telah diadakan pada 6 Juli 2024 pada pukul 10.00-23.00 WIB. Acara ini diadakan di Kafe Kaldi.Id yang beralamat di Jl. Ir. H. Juanda No.43, Bakti Jaya, Kecamatan Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat. Adapun rangkaian Event Rokest Party yaitu pameran karya grafiti serta *art corner* yang bisa dinikmati oleh audiens yang menyukai seni grafiti, *live painting* oleh para seniman grafiti yang dipertontonkan secara eksklusif kepada audiens, serta persembahan *live music* oleh bintang tamu seperti Jungle Dubt Warrior, Little B, Art Dirt Bag, serta lainnya, untuk menghibur hadirin yang datang di *event* tersebut.

Metode pelaksanaan yang digunakan oleh Event Rokest Party adalah tahapan perencanaan event menurut Goldblatt. Terdapat lima tahapan beserta penjelasannya yang diterapkan dalam pelaksanaan *event* ini, yaitu sebagai berikut (Lee S & Goldblatt, 2020) :

- 2.1. *Research* : Riset dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, serta harapan, target audiens dari suatu *event*.
- 2.2. *Design* : Tahapan ini adalah lanjutan dari proses riset yang diadakan. Biasanya, tahapan ini dimulai dengan brainstorming dengan menentukan tema dan konsep acara, bagaimana dekorasi dan artistic, hiburan yang disajikan, strategi komunikasi yang digunakan, dan sebagainya.
- 2.3. *Planning* : Tahapan *planning* dimulai dengan menyusun proposal setelah melakukan analisa situasi, penyusunan rancangan anggaran biaya, serta ketentuan kerjasama sponsorship sehabis menyelesaikan tahapan *design*.

- 2.4. *Coordination* : Seorang *event organizer* perlu mampu melakukan koordinasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak lain agar dapat bekerja dengan satu tujuan yang sama, selama event sedang berjalan.
- 2.5. *Evaluation* : Evaluasi bisa dilaksanakan di setiap fase atau dilakukan secara menyeluruh. Kegiatan evaluasi dilakukan dengan menggunakan survey dan melakukan pencatatan berupa jumlah peserta dan pengunjung.

### 3. HASIL DAN DISKUSI

Berikut adalah hasil dari metode pelaksanaan yang diterapkan dalam Event Rokest Party dimulai dari *research* hingga *evaluation*:

#### 3.1. *Research*

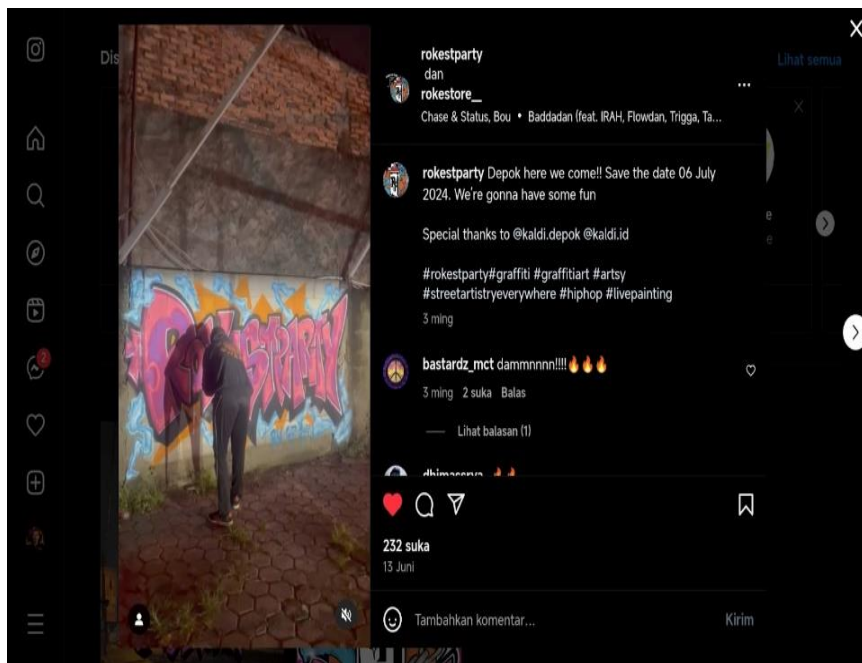
Sebelum menyelenggarakan acara sebelum dua bulan pelaksanaan, panitia bersama dengan Komunitas Rokestore telah melakukan diskusi. Terdapat perencanaan berupa penentuan riset yang disepakati bersama. Hasil diskusi mendapatkan bahwa penyelenggara *event* membutuhkan, menginginkan, serta mengharapkan untuk memperkenalkan lebih jauh karya seni grafiti kepada masyarakat sekitar Kota Tangerang Selatan agar tidak dipandang sebelah mata lagi. Selain itu, event ini ditujukan untuk mempromosikan Komunitas Rokestore sebagai komunitas yang menjalani hobi bidang karya grafiti, serta jual beli karya seni grafiti melalui toko retail sablon dan percetakan. Sehingga dengan memperkenalkan komunitas tersebut, diharapkan bisa menarik orang yang ingin bergabung atau bekerja sama dengan Komunitas Rokestore. Dalam melakukan riset tujuan event, dapat ditentukan juga target audiens yang diharapkan dari Event Rokest Party 2024 yang ingin diadakan. Terdapat target audiens yang dituju sekitar 150 audiens yang terdiri penikmat seni laki-laki dan perempuan berusia 18-35 tahun, anggota komunitas grafiti di Jabodetabek, seniman grafiti, serta masyarakat umum pecinta seni.

#### 3.2. *Design*

Setelah melewati proses riset, telah dilakukan rapat pertama dengan *event organizer* bersama dengan Komunitas Rokestore sebagai *client*. Pada rapat ini, telah ditentukan dan disepakati terkait beberapa hal. Pertama, tema dari event ini bertemakan *street art* dengan motto *artsy and noisy party*. Maksudnya adalah audiens dalam event tersebut dapat mengekspresikan diri secara bebas dalam merangkai suatu karya.

Kedua, menentukan dekorasi dan warna artistik yang menjadi keunikan event. Rokest Party 2024 telah menggunakan konsep dekorasi dan warna yang memadukan tiga warna seperti

*cream, sky blue, pink, navy, dan black.* konsep ini merupakan gabungan warna yang menenangkan secara visual, serta kombinasi ini menciptakan harmoni visual yang cocok untuk berbagai suasana, dari yang santai hingga yang formal. Perpaduan ini menjadi ciri khas yang telah diterapkan pada rokest party sedari pra *event* hingga pasca *event*, agar memiliki branding event di mata audiens.



**Gambar 3.1 Video Teaser Event Rokest Party 2024**

Ketiga, strategi komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan serta mempromosikan Event Rokest Party adalah lewat akun instagram @rokeststore\_ dan @rokestparty. Sebulan dari pelaksanaan acara, telah diposting *teaser event* yang digunakan untuk membuat pancingan kepada target audiens untuk menantikannya. Setiap minggunya, telah dibagikan postingan terkait seniman grafiti serta guest star, agar tetap menaikkan hype di kalangan target audiens. Dapat terlihat postingan video teaser yang mendapatkan jumlah 12.000 tayangan, serta mencapai 223 orang menyukai.

### 3.3. *Planning*

Melewati tahap riset dan desain, Penyelenggara bersama Komunitas Rokestore mulai menulis dan menyusun *event proposal*. Dalam proposal, terdiri bagian *foreword, event name, main theme, event objectives, event activity, event date and time, audience target, event rundown, event team, budget estimate, guest star wishlist, sponsorship benefit, sponsorship quotation, sponsorship requirements, memorandum of understanding, past event documentation, dan contact person*. Setiap bab dalam proposal diberikan penjelasan yang detail dan mendalam sesuai hasil riset dan desain. Hal ini ditujukan untuk menawarkan *event*

yang diadakan kepada *sponsorship* yang bersedia mendanai rokest party.

Terdapat tiga jenis *sponsor quotation* yang ditawarkan dalam proposal acara ini. Pertama adalah *gold quotation*, kuota sponsor ini diberikan harga Rp. 7.500.000,- dengan banyak keuntungan promosi di event ini. Kedua merupakan *silver quotation*, dengan harga Rp.5.000.000,- pihak sponsor akan mendapat *privilege* yang baik. Terakhir adalah *donation quotation*, kuota sponsor ini bersifat sukarela, dimana sponsor bebas ingin memberikan apa, sehingga nama sponsor dan logo tetap menjadi bagian *event*, namun tidak sama dengan kuota *gold* dan *silver*. Klasifikasi sponsor ini dimaksudkan untuk memberikan ruang dan treatment yang berbeda kepada brand dan sponsor yang masuk untuk mempromosikan merek mereka.

#### 3.4. *Coordination*

Pasca menyelesaikan proposal acara, tim pelaksana rokest party perlu melakukan koordinasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak yang terhubung langsung dengan acara tersebut sedari pra *event* hingga pasca *event*. Terdapat pembagian *jobdesk* dalam *event organizer* acara ini meliputi ketua pelaksana, sekretaris, bendahara, divisi acara, divisi publikasi, dokumentasi, dan desain, serta divisi perlengkapan. Semua divisi perlu melakukan pekerjaan mereka dengan rutin berkomunikasi satu sama lain. Selain itu, Badan Pengurus Harian (BPH) dari *event* ini seperti ketua, sekretaris, dan bendahara perlu untuk selalu mengkoordinasikan dan mengevaluasi setiap pertemuan rapat persiapan event bersama dengan pihak mitra kerja sama, yaitu Komunitas Rokestore. Ditambah juga seluruh kepanitian perlu berkomunikasi dengan pihak yang terkait dengan Event Rokest Party seperti *vendor*, *booth*, *sponsorship*, *media partner*, dan lainnya.

Dalam berkoordinasi dengan *sponsorship*, Event Rokest Party telah mendapatkan *support* sponsor dari Brand Diton King. Brand ini merupakan brand yang memproduksi produk berupa pilox kaleng yang dijual di pasaran. Merk pilox ini telah memberi dukungan kepada event ini secara sukarela dengan pemberian 100 kaleng pilox yang sudah dimanfaatkan untuk hari pelaksanaan acara. Selain sponsor, penyelenggara juga bermitra dengan 3 *media partner* seperti Garduhouse, Koster Media dan Jakarta Graffiti. Ditambah juga acara ini diramaikan dengan booth yang menawarkan produk seperti brand Pekan Baru Graffiti Store, Nothing Less No More, Fantalass Store, Mid Place Cartel, dan banyak lainnya. Dengan adanya dukung *sponsorship*, *media partner*, dan booth tenant, telah terlaksana event ini, berikut adalah detail dokumentasi pada hari pelaksanaan Event Rokest Party:



**Gambar 3.2 Dokumentasi Exhibition dan Art Corner Rokest Party 2024**

Pertama menunjukkan rangkaian event yang meliputi *exhibition* dan *art corner* yang menampilkan karya grafiti. Pameran dan art corner ini dimaksudkan untuk memamerkan dan menceritakan hasil karya bernilai yang sudah dibuat oleh seniman grafiti. Pada hari pelaksanaan, anggota kepanitiaan menjadi *guide* bagi pengunjung dengan tujuan menjelaskan hasil karya grafiti bersama makna seninya.



**Gambar 3.3 Dokumentasi Live Painting Rokest Party 2024**

Kemudian, salah satu rangkaian acara rokest party yaitu *live painting*. *Live painting* merupakan kegiatan melukis karya seni grafiti secara langsung oleh seniman grafiti dan dipertontonkan kepada pengunjung. Pada gambar diatas menampilkan tampilan sebelum dan sesudah karya *live painting* diselesaikan. Diperlukan waktu hingga 2 jam untuk menyelesaikannya, sehingga penonton jadi tahu bagaimana proses pelukisan grafiti secara langsung. Seniman grafiti tersebut beridentitas *Forme*, dan beliau menggambar grafiti dengan konsep *old school*.

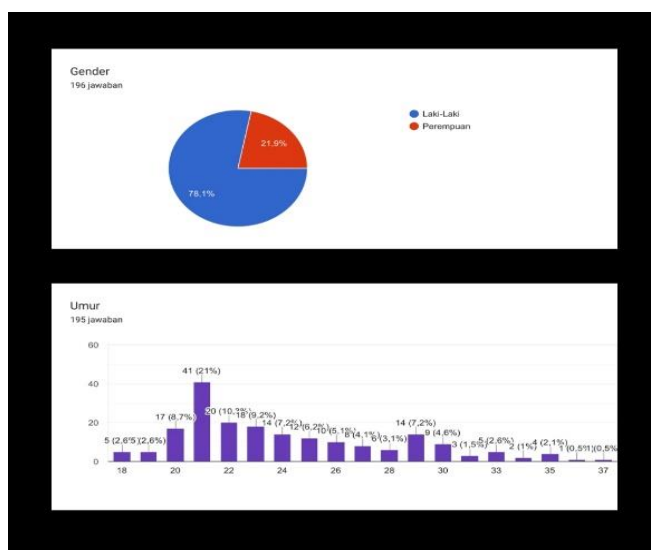


**Gambar 3.4 Dokumentasi Live Music Rokest Party 2024**

Terakhir, terdapat puncak acara yang dimeriahkan dengan penampilan *live music* oleh guest star yang panitia undang. Terdapat penampilan memuaskan oleh Jungle Dubt Warrior yang membuat pengunjung semakin tertarik mengikuti event dari siang hingga malam. Selain itu, terdapat penampilan lain seperti Little B, Art Dirt Bag, dan Jansky.

3.5. *Evaluation*

Setelah *event* berjalan dengan lancar, perlu ada evaluasi agar diketahui apa kelebihan dan kekurangan dari acara yang sudah diadakan. Evaluasi yang panitia lakukan dapat dilihat dari data jumlah pengunjung yang datang. Dalam data tersebut terdapat nama, *gender* serta usia dari pengunjung tersebut. Selain itu, terdapat survey secara langsung terhadap salah satu pengunjung untuk ditanyai keterangannya terkait review terhadap Event Rokest Party.



**Gambar 3.5 Data Diagram Gender dan Grafik Umur Pengunjung Rokest Party 2024**



Melalui absensi *google form*, dapat ditentukan jumlah pengikut yang terdata adalah 196 pengunjung. Terlihat gender dan umur pengunjung yang telah mengisi *link* untuk pendaftaran. Dapat dipastikan dari 196 orang, terdapat 78,1% pengunjung laki-laki dan 21,9% pendatang perempuan. Selain itu, terdapat grafik yang menampilkan umur pengunjung. Tertinggi pada umur 21 yang mencapai 41 orang, dan diikuti oleh umur dibawah dan diatas 21 tahun. Dapat dinyatakan bahwa pengunjung acara ini lebih banyak diikuti oleh laki-laki serta mereka yang berusia 20 tahun.



**Gambar 3.6 Survey Wawancara Kepada Pengunjung Event Rokest Party**

Kemudian Survey wawancara kepada pengunjung kami lakukan kepada seorang pria bernama Dwayne Mahendra dengan umur 27 yang berdomisili di Tangerang Selatan. Dwayne mengatakan pendapatnya terkait Event Rokest Party yang seru dan bisa dibilang cukup berhasil. Ia menyatakan, "*Saya merupakan penikmat seni seperti ini, dan saya merasa event ini seru dan saya merasa dengan adanya event terasa punya pengalaman baru terkait grafiti. Walaupun seru, acara ini perlu ditingkatkan secara persiapan, apalagi kondisi cuaca hujan yang menghambat acara, sehingga perlu koordinasi dan persiapan lain untuk mengantisipasi adanya hujan*". Oleh karena itu hasil survey wawancara tersebut bermanfaat bagi panitia untuk melakukan evaluasi terkait kekurangan dari Event Rokest Party.

#### **4. KESIMPULAN**

Setelah mengetahui tahapan Event Rokest Party yang dilakukan kita dapat menentukan kesimpulan. *Event* ini telah melalui lima tahapan yang bisa dibilang cukup sukses dalam melaksanakan event yang ramai dan meriah. Dibalik kesuksesan tersebut, tentu masih ada kekurangan yang perlu dievaluasi agar tidak terjadi pada Event Rokest Party tahun berikutnya. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan acara ini berhasil menjadi media komunikasi untuk memperkenalkan karya seni grafiti serta mempromosikan seniman-seniman yang berasal dari

Komunitas Rokestore kepada mereka yang masih kurang tahu terhadap seni grafiti.

Kemudian terdapat saran untuk Event Rokest Party tahun berikutnya. Apabila *event* ini akan diadakan kembali, perlu persiapan lebih awal dan lebih matang. Seperti waktu persiapan selama 6 bulan sebelum pelaksanaan. Lalu menyiapkan dan mengkonsepkan event lebih kreatif dan inovatif. Serta menentukan tanggal, waktu, dan prediksi cuaca yang baik agar eksekusi pada hari pelaksanaan berjalan lancar. Hal ini dilakukan agar Event Rokest Party tahun selanjutnya bisa lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Ibu Dr. Sadiyah El Adawiyah, S.Sos, M.Si sebagai dosen pengampu mata kuliah event management yang telah memberi penugasan terkait pelaksanaan Event Rokest Party. Kemudian tidak lupa juga terima kasih sebesar-besarnya kepada Komunitas Rokestore yang sudah ingin bekerja sama dengan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah dalam pelaksanaan acara ini. Tidak lupa juga kepada seniman grafiti, artis live *music*, *brand* Diton King sebagai *sponsorship*, serta *media partner* lainnya yang telah mendukung kegiatan rokest party ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Hamidi, & Putri, S. de. (2020). Event Management Pentas Seni Sebagai Media Komunikasi Identitas Sekolah (Studi Kasus Event Nesta Festival di SMK Negeri 1 Kota Tangerang). *Journal of Advertising*, 1(1).
- Lee, S., & Goldblatt, J. (2020). *Special Events: The Brave New World for Bolder and Better Live Events*. John Wiley & Sons.
- Laily, I. N. (2022, February 10). Vandalisme adalah Perusakan Barang, Pahami Sejarah dan Penyebabnya. Retrieved from <https://katadata.co.id/berita/nasional/62049d0bede83/vandalisme-adalah-perusakan-barang-pahami-sejarah-dan-penyebabnya>
- Prambadi, G. A. (2023, September 15). Merayakan Gerakan Grafiti Indonesia dan Asia, King Royal Pride 2023 Digelar di Jakarta. Retrieved from <https://republika.co.id/share/s10z0s456>