

Kajian Sosial Desain Tentang Mural Pada *Flyover* dan *Underpass* di Kota Bandar Lampung dalam Memperkuat Branding Tempat

Arif Budiman¹, Namuri Migotuwio², Jejen Jaelani³,
Refita Ika Indrayati⁴, PG. Wisnu Wijaya⁵, Gabriella Yunita Sibarani⁶,
Agustinus Didik Prasetya⁷

¹arif.budiman@dkv.itera.ac.id, ²namuri.migotuwio@dkv.itera.ac.id, ³jejen.jaelani@dkv.itera.ac.id,

⁴refita.indrayati@dkv.itera.ac.id, ⁵wisnu.wijaya@dkv.itera.ac.id

Program Studi Desain Komunikasi Visual^{1,2,3,4,5,6,7}.

Kelompok Keilmuan Sosio, Spasial Desain dan Kelompok Keilmuan Desain dan Budaya Visual
Fakultas Teknologi, Infrastruktur dan Kewilayahan, Institut Teknologi Sumatera

Abstrak

Kota Bandar Lampung memiliki 11 jembatan layang (*flyover*) dan 1 jalan bawah tanah (*underpass*), yang melintang di tengah dan pinggir kota untuk mengatasi kemacetan lalu lintas. Infrastruktur dari tiang balok beton tersebut dihiasi beragam karakter gambar berukuran besar, menutupi semua permukaan beton. Gaya visual ini disebut Mural. Mural di Bandar Lampung menarik karena semua *flyover* dan *underpass* digambar oleh Pemerintah Kota dengan melibatkan komunitas seni. Tindakan ini berdampak pada citra kota (*city branding*) terutama daerah sekitar (*place branding*) *flyover* dan *underpass* berdiri. Keseluruhan mural pada *flyover* dan *underpass* tersebut diobservasi karakter desainnya terkait tema dan konsep, untuk mendapatkan penjelasan dampak dari desain mural tersebut. Maka dilakukan penelitian kualitatif menggunakan pendekatan Morfologi Estetik dari Thomas Munro. Hasil yang diperoleh setelah dilakukan observasi langsung ialah tema dan konsep pada mural *flyover* dan *underpass* tidak secara langsung ditujukan untuk membangun citra kota. Akan tetapi infrastruktur *flyover* dan *underpass* yang besar secara perlahan menjadi landmark atau ikon bagi Kota Bandar Lampung secara temporal. Pada masa-masa berikutnya aktivasi ruang publik melalui media komunikasi visual oleh Pemerintah perlu memperhatikan lingkungan sosial dan budaya dari kawasan objek mural tersebut dirupakan, agar pesannya tersampaikan, visual dinikmati dan makna ruang publik memiliki dampak.

Kata kunci: Branding Tempat; Desain Sosial; *Flyover/Underpass*; Mural.

Abstract

City of Bandar Lampung has eleven flyovers and one underpass located across the city to reduce traffic congestion. The concrete beam and pillar structures have been transformed into public visual spaces through the application of large scale mural artworks that cover most of its visible surface. The murals are particularly significant because they were commissioned by the city government from local artist communities, reflecting an effort to integrate public arts into urban architectures. This initiative directly impacts Bandar Lampung's city branding, particularly at the areas surrounding the flyovers and underpasses. This study examines the design characteristics of these murals by focusing on their themes and visual concepts. A qualitative method with Thomas Munro's Aesthetics Morphology framework was used to analyze its visual impact. The finding from field observations reveal that the murals were not originally intended to serve as Bandar Lampung's city branding. However, over time, the decorated flyovers and underpass have become temporal landmarks and icons that strengthen the visual identity and public image of Bandar Lampung.

Keywords: Public murals; Place Branding; Social Design; Urban Infrastructure.



This is an open access article under the CC BY-SA license

Pendahuluan

Kota Bandar Lampung sebagai kota besar di hilir Pulau Sumatera. Berdasarkan data Pemerintahan Kota Bandar Lampung, daerah ini memiliki luas sebesar 197,22 km² (BPS Lampung, 2025). Dari luas wilayah tersebut terdapat infrastruktur fisik yang dominan yakni keberadaan 11 (sebelas) jembatan layang (*flyover*) dan 1 (satu) jalan bawah tanah (*underpass*), yang melintang di tengah dan pinggir kota. Infrastruktur dari balok-balok beton yang memancang dan melintang sangat besar tersebut tampak kontras dengan rupa cat yang berwarna-warni dengan beragam karakter visual. *Flyover* dan *underpass* yang di cat berwarna-warni lengkap dengan berbagai desain karakter visual tersebut diidentifikasi sebagai (seni) Mural. Yakni salah satu bentuk karya seni rupa yang dirancang di ruang publik dengan tujuan membentuk atau menambahkan nilai estetika ruang (Khairunnisa et al., 2025). Mural tidak terbatas pada elemen tata rupa (warna, bentuk, huruf, tekstur) yang ditampilkan secara sistematis (layout) tetapi ada pesan persuasif tersendiri yang ingin dikomunikasi kepada publik dalam bentuk tema dan visualisasi gambar (Budiman, 2016). Mural termasuk upaya “estetisasi” ruang publik akibat *vandalism graffiti*, *tangging*, *street logo* dan coretan (Bramantijo, Timbul Haryono, M Agus Burhan, 2015).

Desain mural pada *flyover* dan *underpass* menarik karena Kota Bandar Lampung bukan-lah kota yang massif terhadap aktifitas seni rupa dan desain layaknya seperti di Yogyakarta, Bandung atau Jakarta. Pemerintah Kota Bandar Lampung memilih jalan kesenirupaan untuk memberikan sentuhan estetis pada infrastruktur kota. Keseriusan pemerintah memural seluruh infrastruktur tersebut perlu mendapatkan apresiasi dengan cara menelitinya. Mural sebagai karya seni ruang publik tentu memberikan efek sosiologis (Ismoyo et al., 2025) kepada penikmatnya. Tidak sekadar persoalan keindahan pandangan kasatmata. Diantara efek sosiologis tersebut ialah terciptanya *branding* tempat (*place branding*) terhadap sekitar area dimana *flyover* dan *underpass* itu berada. Muncul identitas baru penyebutan nama tempat seperti “*Flyover* Walikota” karena *flyover* tersebut digambari tokoh-tokoh pejabat publik dan lain sebagainya. Termasuk perlu diketahui juga apakah gambar mural *flyover* menarasikan ikon area di sekitar *flyover* tersebut. Misalkan *flyover*-nya berdiri di area pendidikan yang ada sekolah atau kampus, maka gambar mural pun tentang dunia pendidikan. Penelitian ini memetakan dan menginventarisir secara sistematis tema, konsep dan gaya visual mural pada mural *flyover* dan *underpass* di kota Bandar Lampung serta interpretasinya sebagai *visual touchpoint* dalam pembentukan *place branding* kota. Desain mural menjadi pintu masuk. Hasil penelitian menjadi basis pemetaan dan perumusan strategi identitas visual Kota Bandar Lampung, khususnya dalam pengembangan mural (di masa-masa berikutnya) sebagai bagian dari desain komunikasi visual ruang publik dan strategi *place branding*.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (Creswell, 2009) dengan pendekatan Morfologi Estetik dari Thomas Munro. Diuraikan dalam buku *Form and Style in The Arts: an Introduction to Aesthetic Morphology* (Munro, 1970:159), morfologi estetik merupakan cabang estetika yang berfokus pada kajian deskriptif-objektif, perbandingan serta analisis gaya dari sebuah karya seni. Mulai dari bentuk (*form*) dan struktur atau susunan (*mode of arrangement*) sehingga dapat diterima oleh semua pihak terlepas dari selera, standar, atau preferensi pribadi. Artinya

objek mural yang dipilih untuk dianalisis ditetapkan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampelnya, disyaratkan paling banyak mendapatkan atensi publik di media sosial dan berada di jalan utama kota. Media sosial yang diobservasi yakni @Lampung, @lampunggehnews, @kuaspatah.lpg, @lampunggeh, dan @kupas_lampung. Akun media sosial instagram ini paling sering mengunggah media berupa gambar, video dan teks berita terkait mural *flyover* dan *underpass*. Berdasarkan hitungan manual setiap akun media sosial tersebut disimpulkan, pernah mengunggah media rata-rata sebanyak 3 kali per-objek. Berbeda dengan mural pada *underpass* Unila bisa di atas lima kali unggahan dalam bentuk gambar, video atau teks berita. Objek mural dianalisis dengan morfologi estetis, seperti gambar alur dibawah ini.



Gambar 1. Tahapan analisis Morfologi Estetis Thomas Munro
Sumber: Disarikan dari Munro, 1970.

Morfologi estetis dalam perspektif penelitian ini mengacu pada proses observasi, eksperimen, dan analisis seperti diringkaskan pada gambar 1 di atas. Artinya morfologi estetis merupakan suatu proses intelektual dalam kajian serta penilaian karya seni (mural). Lingkup morfologi estetis meliputi kajian, perbandingan serta klasifikasi bentuk, pembelajaran dan deskripsi dari berbagai komponen seni (seni rupa dan desain), serta menunjukkan bagaimana komponen-komponen itu disusun atau dibangun menjadi karya-karya dalam berbagai jenis dan gaya seni (Munro, 1970). Secara mendasar hal-hal tersebut mempersoalkan organisasi materi psikologis atau 'isi' corak (*content*-tidak bersifat fisik), dalam arti cara materi tersebut dipadukan dan saling dihubungkan sehingga memperlihatkan tingkat kesatuan atau pertalian tertentu yaitu meliputi keterkaitan antar bagiannya (elemen, detail, citra, gagasan, dan unsur-unsur lain) dan hubungan bagian dengan wujud keseluruhan corak secara perseptif berdasarkan proses pengalaman estetis (Munro, 1970).

Pembahasan

Gambar mural pada *flyover* dan *underpass* di Kota Bandar Lampung mulai digambar sejak 2019 hingga 2023. Dibawahi dua kepemimpinan Walikota yakni Herman HN hingga Eva Dwiana. Mural ini awalnya diinisiasi oleh Herman HN sejak 2014, namun baru terealisasi 2019 (Rafika Restiningtias, 2019). Salah satu yang mendapatkan atensi publik cukup besar ialah desain mural *underpass* di kawasan kampus Universitas Lampung jalan ZA.Pagar Alam. Desain mural *underpass* Unila dibahas dalam prosiding ini. Tahap awal penelitian ini, tim peneliti melakukan observasi ke lapangan untuk mengamati, mengidentifikasi dan menganalisis objek penelitian; 11 *flyover* dan 1 *underpass* yang ada di Kota Bandar Lampung.

Observasi dilakukan selama 28 hari dengan memperhatikan setiap objek mural secara kasamata serta memotret bagian-bagian gambar mural yang memiliki narasi citra dibalik perupaannya, seperti yang diuraikan dalam pendekatan morfologi estetik Munro dibagian awal. Hasil observasi yang diperoleh seperti gambar tabel dibawah ini:

No	Nama	Lokasi	Tema Mural	Kawasan Tempat
1	<i>Flyover</i> Ryacudu	Way Halim/dekat Transmart Mall	Fauna (hewan/binatang)	Arah pintu masuk tol Kota Baru (gerbang masuk kota), hutan kota
2	<i>Flyover</i> Sultan Agung	Jl. Sultan Agung/ di atas rel kereta api	Floral (tumbuhan)	Kawasan UMKM
3	<i>Flyover</i> ZA Pagar Alam/MBK	Jl. Pagar Alam/ MBK	Narasi heroisme kepahlawanan	Pusat perbelanjaan dan perdagangan
4	<i>Flyover</i> Pangeran Antasari-PangeranTirtayasa	Jl. Antasari/by pass Kali Balok	Perempuan Lampung dengan Siger	Kawasan perdagangan
5	<i>Flyover</i> Gajah Mada-Djuanda	Jl Gajah Mada, arah ke Stadion Pahoman	Figure Walikota Bandar Lampung dari masa ke masa.	Kantor pemerintahan
6	<i>Flyover</i> Kimaja-Ratu Dibalau	Arah dari Tanjung Senang	Nasionalisme dan toleransi	Perdagangan
7	<i>Flyover</i> Gajah Mada-Pangeran Antasari	Arah Pasar Tugu	Ornamen atau sulaman pada tapis Lampung	Pedagagan/pasar
8	<i>Flyover</i> Kemiling Teuku Cik Ditiro Pramuka	Jl. Kemiling, kearah Pesawaran	Flora, fauna dan ornamentasi Lampung	Batas kota/perumahan
9	<i>Flyover</i> Pramuka-Rajabasa	Arah Mitra 10, Showroom Honda, Rajabasa	Selamat Datang Bandar Lampung dan gambar tapis dan siger	Batas kota
10	<i>Flyover</i> Kapten Abdul Haq dan H. Komarudin	Melintang di jalan By Pass ke arah Unila	Pendidikan	Kawasan sekolah dan kampus
11	<i>Flyover</i> Jalan RA Basyid – Untung Suropati	Jl. Untung Suropati ke arah Stasiun Kereta Api, Labuhan Ratu	Pelayanan publik Bandar Lampung	Perumahan
12	<i>Underpass</i> Unila	Kampus Unila arah ke Rajabasa	Biota laut dan infrastruktur di pusat pemerintahan kota Bandar Lampung	Kawasan pendidikan jalan utama kota

Tabel 1. Tabel tema mural pada *flyover* dan *underpass* di Kota Bandar Lampung

Observasi ke lapangan dilakukan dengan memperhatikan; karakter desain mural dan mengklasifikasi tema gambar mural serta menghubungkan tema gambar dengan kawasan tempat *flyover/underpass*. Gambar mural tersebut ikut serta memicu hadirnya wajah kota yang berbeda. Timbulnya percakapan dari warga kota khususnya di media sosial yang diobservasi yakni instagram @Lampung, @lampunggehnnews, @ kuaspatah.lpg, @lampunggeh, dan @kupas_lampung. Komentar dari media sosial tersebut menyambut positif dari desain mural pada *flyover* dan *underpass*. Khususnya *underpass* Unila yang berada di kawasan gerbang

masuk Kota Bandar Lampung dari arah Bandara Radin Intan II sebagai desain mural yang “monumental” secara ukuran dan perupaannya *style* realis gambarnya – “seakan-akan” berada atau melintasi akuarium raksasa. Sambutan positif di media sosial tersebut mengindikasikan secara tak langsung terbentuk reputasi citra kota (*city branding*) yang positif (Yananda dan Salamah, 2014:3). Berikut adalah gambar desain mural pada 11 *flyover* dan 1 *underpass* seperti dijelaskan pada tabel 1:



Mural di flyover Ryacudu: dunia fauna



Mural di flyover Sultan Agung: dunia flora



Mural di flyover MBK: heroisme kepahlawanan



Mural di flyover Kali Balok: kebudayaan lampung



Flyover Gajah Mada: Figur Walikota



Flyover Kimaja: Nasionalisme dan toleransi



Flyover Antasari: kehidupan masyarakat Lampung



Flyover Kemiling: flora dan fauna



Flyover Pramuka: selamat datang Bandar Lampung



Flyover Kaptan Abdul Haq: pendidikan



Underpass Unila: dunia bawah air



Flyover Untung Suropati: pelayanan publik

Gambar 2. Gambar setiap mural *flyover* dan *underpass* di Bandar Lampung hasil observasi lapangan
Sumber: Tim Peneliti, 2025-2026.

Hipotesis awal yang bisa disimpulkan dari observasi lapangan bahwa, desain mural pada *flyover* dan *underpass* di Bandar Lampung bukan bertujuan sebagai *place branding* tentang kawasan yang ada di sekitar infrastruktur. Hal ini tampak dari pola gambar yang acak dan tidak dirancang untuk konsep tempat di sekitar kawasan infrastruktur. Mural digunakan sebagai estetika ruang publik saja. Perlu juga dikaji lebih dalam, masifnya proyek dekorasi ini merupakan bentuk (simbol) “estetisasi” ruang publik (Jaelani, 2020) yang cenderung *top-down*. Dampaknya ialah eksistensinya sebagai ikon kota berjalan secara temporal saja dan sekadar berfungsi sebagai keindahan “kosmetik kota”.

Dari 12 objek infrastruktur yang digambar, mural pada *underpass* Universitas Lampung (Unila) di Z.A Pagar ialah yang menonjol dan paling banyak mendapatkan atensi publik Bandar Lampung berdasarkan observasi yang dilakukan di media sosial. Mural dengan median panjang

340 meter, lebar 10 meter dan kedalaman 7 meter ini mulai digambar pada September 2019 dengan tema biota alam bawah laut dan infrastruktur pelayanan publik Bandar Lampung. Desain mural dirupakan dengan gaya desain realis dan dikerjakan 50 seniman yang tergabung dalam Komunitas Kuas Lampung. Serta mendapatkan perhatian serius dari Walikota Bandar Lampung Herman HN pada masa itu. Berdasarkan penjelasan tersebut disimpulkan bahwa desain mural pada *underpass* Unila dipilih karena berfungsi sebagai objek seni ruang ekspresi bagi seniman lokal, media komunikasi pemerintah karena mendapatkan dukungan penuh dan instrumen *place branding* memberikan dampak terhadap citra kota bagi warga.

Desain mural *Underpass* Unila menampilkan tema visual dunia bawah laut yang sangat masif dengan tujuan menghadirkan kesan sejuk saat memasuki kota Tapis Berseri (seribuberita.id, 2019). Posisi *underpass* ini strategis karena berada dipintu masuk kota dari arah Bandara Radin Intan sekaligus batas kota dengan Lampung Selatan.



Gambar 3. Mural *underpass* Unila pada siang (kiri) dan malam hari dengan lampu bercahaya (kanan)
Sumber: seribuberita.id dan Instagram SSCI Lampung, 2019

Berdasarkan penjelasan di atas desain mural *Underpass* Unila dipilih sebagai sampel untuk dianalisis menggunakan pendekatan Morfologi Estetik Thomas Munro dengan memperhatikannya dari dimensi materi, bentuk, isi, serta konteks (khususnya aspek *branding* tempat).

Dimensi Materi (*Materials*)

Dimensi ini mengobservasi seluruh elemen fisik dan sensorik murni yang disajikan oleh objek (mural) tanpa melibatkan interpretasi makna terlebih dahulu. Menganalisis dimensi material membutuhkan pengetahuan tentang elemen dan prinsip tata rupa atau Nirmana (Sanyoto, 2010). Medium utama mural ini adalah dua dinding beton vertikal yang saling berhadapan dengan panjang 340 meter, lebar 10 meter dan tinggi atau kedalaman 7 meter. Menggunakan struktur material beton secara masif, keras dan padat. Sensorik warna pada dinding (mural) *underpass*, didominasi oleh warna biru dengan spektrum luas (gradasi) – mulai dari *cyan* terang pada bagian atas dinding, bergeser ke *azure* (agak tua) hingga, ultra-marine dan biru tua (*deep navy*) di bagian bawah. Penggunaan warna kontras dengan intensitas cukup tinggi diciptakan lewat penggunaan warna-warna hangat dan komplementer. Terutama pada objek terumbu karang (kuning, oranye, merah, merah muda) dan gurita ungu di sisi kanan, memberikan stimulan sensorik yang mencolok (*eye-catching*). Kemudian kontras dengan objek ikan paus

berwarna hitam-putih dengan ukuran yang besar. Selanjutnya mengobservasi elemen garis dan tekstur visual menggunakan garis luar (*outline*) dengan perpaduan antara transisi warna halus (*blending gradasi*) terutama pada beberapa objek seperti pada tubuh Hiu Paus, Gurita dan beberapa tumbuhan dan hewan laut lainnya yang bertujuan untuk menciptakan volume – tekstur visual organik yang padat agar terlihat nyata (*realis*).

Dimensi Bentuk (*Form*)

Dimensi Bentuk menganalisis materi fisik (observasi dasar) dengan cara mengomposisikan (diatur, disusun, dan diintegrasikan) satu sama lain elemen material hingga menjadi persepsi kasatmata dari desain mural. Observasi dari komposisi spasial dan perspektif lingkungan, seni publik (mural) tidak sekadar dinikmati sebagai bidang datar konvensional dengan balok beton yang besar-besar, melainkan memanfaatkan struktur *underpass* yang mengerucut ke tengah (lorong) menjadi imajinasi melalui komposisi visual (elemen dan prinsip tata rupa). Bentuk *underpass* yang melorong dimanfaatkan dengan menciptakan ilusi ke dalaman (*indepth*) alam bawah laut dengan menggambarkan objek utamanya ikan hiu paus (*whale shark*) dikelilingi oleh sekumpulan ikan kecil (*schooling fish*) yang bergerak searah. Serta ritme dari fragmen-fragmen vertikal melalui biota laut yang berenang bebas (penyu, ubur-ubur, hiu kecil) dan tumpukan terumbu karang di bagian bawah. Ikan hiu paus (*whale shark*) di latar depan dinding kiri diposisikan sebagai titik fokus interaksi (*center of interest*) antar objek dengan penikmat (masyarakat yang melintasi *underpass*).

Dimensi Isi (*Content*)

Dimensi isi menganalisis asosiasi, simbol, representasi, serta gagasan intelektual yang dirupakan oleh bentuk (mural) tersebut. Secara ikonografi mural yang digambar dengan gaya *realis* ini merepresentasikan tema keanekaragaman hayati bawah laut tropis. Hal ini dijelaskan pada dua dimensi material dan bentuk. Munculnya tema laut memiliki hubungan dengan topografi Kota Bandar Lampung yang bagian selatan memiliki kawasan pesisir; Teluk Betung dan pelabuhan; di kawasan Panjang serta bagian dari pintu gerbang dari laut untuk masuk ke Pulau Sumatera

Munculnya gambar Hiu Paus (*Whale Shark*) yang digambar dengan ukuran raksasa di dinding kiri diposisikan sebagai ikon sentral (*focal point*) mengartikan Bandar Lampung sebagai ibukota propinsi. Hewan ini secara tidak langsung merepresentasikan identitas daerah – Hiu Paus sebagai "Spesies Payung" (*Umbrella Species*) yang menjadi kebanggaan ekosistem perairan Lampung. Sekaligus simbol kemegahan alam bawah laut yang dimiliki provinsi *Sai Bumi Ruwa Jurai*. Sebagai ibukota komunikasi visual identitas propinsi itu secara tidak langsung disampaikan dari gambar mural ini. Singkatnya Hiu Paus adalah sebagai pemimpin dunia laut, seperti Bandar Lampung sebagai ibukota propinsi.

Ekosistem laut yang diwakili oleh kawanan ikan kecil yang bergerak dinamis dimaknai sikap hidup dan komunalitas Bandar Lampung di tengah ruang publik urban. Karya ini mengomunikasikan gagasan intelektual tentang pentingnya menjaga keseimbangan ekologis lokal, sekaligus merefleksikan harmoni kehidupan masyarakat Lampung yang menyatu dengan alam baharinya.

Dimensi Konteks, Evolusi, dan Respons

Bagian terakhir dari morfologi Munro adalah melihat karya seni ini berfungsi di ruang sosial nyata serta bagaimana ia berinteraksi dengan audiens atau publik. Dimensi konteks dari mural underpass ini memperlihatkan kecakapan karya estetika murni dapat bersinggungan sekaligus berbenturan dengan strategi komunikasi identitas kota. Fungsi ruang publik dengan mural ini akhirnya berubah yang awalnya hanya sebuah struktur beton fungsional untuk mengurangi kemacetan lalu lintas, kini berevolusi menjadi galeri seni publik terbuka yang bisa dinikmati oleh warga kota. Respons positif dari aspek estetika mural ini diuji oleh cara publik menikmatinya. Karena berada di jalur lintas kendaraan cepat, waktu tangkapan mata (*exposure time*) pengendara sangat singkat (temporal), sehingga butuh ketenangan untuk menangkap narasi visual dari mural tersebut.

Dalam konteks *place branding*, mural *underpass* ini menjadi ikon atau landmark tersendiri dari kota Bandar Lampung didukung oleh 11 mural pada flyover lainnya. Keunikan desain mural yang mengikuti bentuk arsitektural-spasial *underpass*, memicu daya tarik visual yang tinggi serta menjadi objek yang dibagikan secara digital (*instagramable*). Proses komunikasi digital yang berulang-ulang ini semakin memperkuat pengenalan citra kota di media sosial. Zenker dan Braun (2010:1-8), menegaskan bahwa target utama *place branding* bukan hanya menarik wisatawan luar, melainkan menumbuhkan kebanggaan internal masyarakat lokal. Ketika infrastruktur publik dirawat dengan seni stensil atau realis yang rapi melalui kolaborasi komunitas lokal (seperti Komunitas Kuas Lampung), masyarakat merasakan adanya peningkatan kualitas hidup di kota mereka. Respons psikologis positif ini cenderung menurunkan angka vandalisme karena warga merasa ikut memiliki keindahan kota tersebut.

Simpulan

Dari observasi yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa mural menjadi objek komunikasi visual yang relatif baru diberdayakan oleh Pemerintah Kota Bandar Lampung untuk menyampaikan pesan-pesan persuasif, meniru Kota Yogyakarta atau Kota Bandung yang lebih dulu menggunakan mural sebagai media komunikasi visual kepada publik. Sehingga dari 11 *flyover* dan 1 *underpass* yang dimural, berdasarkan observasi langsung yang dilakukan tidak semua desain mural memiliki hubungan langsung dengan konsep branding tempat (*place branding*) atau *city branding*.

Namun perlu diakui, mural pada 11 *flyover* dan 1 *underpass*, telah menjadi *landmark* atau ikon kota Bandar Lampung itu sendiri walaupun dalam periode yang temporal. Berbagai *event* mural yang berlangsung sejak 2019 sampai 2023 dan proses karya (memvisualkan mural) yang dilakukan secara bertahap, membuat isu publik tentang mural tetap terjaga, dipotret dan dibahas di ruang publik. Perlu disadari juga mural-mural tersebut memiliki pengaruh dan dampak dalam memperkuat *branding* kota Bandar Lampung sebagai kota yang mengapresiasi praktik seni di ruang publik. Menjadi simbol bahwa, aktivitas komunitas seni urbannya aktif dan Pemerintah Kota memberikan ruang ekspresi dan apresiasi terhadap aktivitas tersebut. Aktivasi ruang publik melalui media komunikasi visual di Kota Bandar Lampung untuk masa-masa berikutnya perlu mempertimbangkan lingkungan sosial budaya yang tumbuh secara

organik di kawasan objek mural. Supaya tema, konsep, gaya dan pesan dari mural tersebut dapat tersampaikan dan dinikmati oleh warga dalam rentang usia yang cukup lama.

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini mendapatkan dukungan dari dana hibah kategori Penguatan Kelompok Keilmuan dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Institut Teknologi Sumatera (LPPM ITERA) tahun 2025 dengan nomor kontrak: 2658aj/IT9.2.1/PT.01.03/2025. Atas dukungan tersebut tim penelitian menyampaikan ucapan terimakasih.

Sumber Referensi

- BPS Lampung. (2025). *Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung, 2025*. <https://Lampung.Bps.Go.Id/Id/Statistics-Table/3/VUZwV01tSlpPVlpsWIRKbmMxcFhhSGhEVjFoUFFUMDkjMw==/Luas-Daerah-Dan-Jumlah-Pulau-Menurut-Kabupaten-Kota-Di-Provinsi-Lampung--2021.Html>.
- Bramantijo, Timbul Haryono, M Agus Burhan, M. H. (2015). *Mural Publik : Representasi , Transformasi , dan Citra Ruang Publik Kota Yogyakarta Intisari Public Mural : Representation , Transformation , and the Image of Public Space in Yogyakarta Abstract* [Universitas Gajah Mada]. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/88065>
- Budiman, A. (2016). Mural, Merawat Ruang Kota Beragam Cerita. *Harian Analisa Medan*, 10. <https://aimbudiman.blogspot.com/2016/07/mural-merawat-ruang-kota-beragam-cerita.html>
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*.
- Ismoyo, S. L., Pascasarjana, S., & Mada, U. G. (2025). *Kajian seni rupa di ruang publik dan pengaruhnya terhadap citra kota yogyakarta*. 3(128).
- Jaelani, J. (2020). *Semiotika Kota: Pertarungan Tanda di Ruang Urban*. Cantrik Pustaka.
- Khairunnisa, A., Razak, O. Y., & Prayogi, R. (2025). *Besaung*. 10(3), 739–753. <https://doi.org/10.36982/JSDB.V10I3.6105>
- Munro, T. (1970). *Form and style in the arts: An introduction to aesthetic morphology*. The Press of Case Western Reserve University.
- Rafika Restiningtias. (2019). *Bandar Lampung Raih Rekor MURI Mural 8 Flyover Peserta Terbanyak*. 18 Juli 2019 13:37 WIB. <https://kumparan.com/lampunggeh/bandar-lampung-raih-rekor-muri-mural-8-flyover-peserta-terbanyak-1rUX1tnb4OP/full>
- Sanyoto, E. S. (2010). *Nirmana: elemen-elemen seni dan desain*. Penerbit Jalasutra.
- seribuberita.id. (2019). *Mural Underpass Simpang Unila 100 persen Tanpa Dana APBD*. 17 September 2019. <https://seribuberita.id/2019/09/17/mural-underpass-simpang-unila-100-persen-tanpa-dana-apbd/>
- Zenker, S., & Braun, E. (2010). *Branding a City: A Conceptual Approach for Place Branding and Place Brand Management* (Paper pres, p. 8). EMAC.