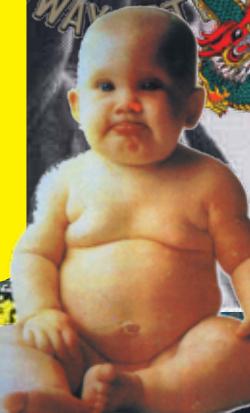


**MOTOR BOLEH  
PAS-PASAN  
TAPI YANG PUNYANYA  
KEREN ABIS..**

**WARNING**

**Ugeng T. Moetidjo, Ardi Yunanto,  
Ade Darmawan, Mirwan Andan**

# STIKER KOTA



dengan terjemahan  
Inggris & bonus  
1 buah stiker

---

with English  
translation  
& 1 free sticker



**STIKER  
KOTA**



Ugeng T. Moetidjo, Ardi Yunanto,  
Ade Darmawan, Mirwan Andan

# STIKER KOTA

Diterbitkan oleh *Published by*



Atas dukungan *With the supports from*



## **STIKER KOTA**

Ugeng T. Moetidjo, Ardi Yunanto, Ade Darmawan, Mirwan Andan  
© ruangrupa - Divisi Penelitian & Pengembangan, 2008

Peneliti *Researchers*: Ugeng T. Moetidjo, Ardi Yunanto, Ade Darmawan, Mirwan Andan

Penulis dan penyunting *Writers and editors*: Ardi Yunanto, Ugeng T. Moetidjo,  
Ade Darmawan, Mirwan Andan

Penyelaras bahasa *Proofreaders*: Ardi Yunanto & Rani Elsanti  
Penerjemah *Translator*: Rani Elsanti

Desain sampul dan isi *Layout and cover design*: Andang Kelana & Ardi Yunanto

Foto *Main pictures*: Ugeng T. Moetidjo

Foto AMP Production *Pictures of the AMP Production*: Doni Ukik Wijaya

Pemindai gambar *Picture scanners*: JJ Adibrata, M. Sigit Budi S., Grace Samboh

Koleksi stiker *Stickers collections*: ruangrupa, AMP Production, Bambang 'Toko' Witjaksono

Diterbitkan oleh:

ruangrupa, sebuah *artists' initiative* yang didirikan pada 2000 oleh kelompok seniman di Jakarta. Organisasi nirlaba yang mendorong kemajuan gagasan seni rupa dalam konteks urban dan lingkup luas kebudayaan melalui pameran, festival, laboratorium seni rupa, lokakarya, penelitian dan penerbitan jurnal.

*Published by:*

*ruangrupa, an artists' initiative established in 2000 by a group of artists in Jakarta. It is a not-for-profit organization created with the goal of promoting and developing art ideas in the urban context and the general cultural context, through exhibitions, festivals, art laboratories, workshops, researches, and journal publishing.*

Atas dukungan *With the supports from:*

HIVOS

Stichting DOEN

Cetakan pertama *First printing*, Desember 2008

Ugeng T. Moetidjo, Ardi Yunanto, Ade Darmawan, Mirwan Andan

*Stiker Kota*

Jakarta: ruangrupa - Divisi Penelitian & Pengembangan, 2008

300 hal; 15 x 21 cm

ISBN: 978-979-19069-0-6

Dicetak oleh percetakan Gajah Hidup. Disalurkan oleh penyalur buku Nalar

*Printed by Gajah Hidup printing. Distributed by Nalar book distributor*

ruangrupa

Jl. Tebet Timur Dalam Raya No. 6, Jakarta 12820. Indonesia.

T/F: +62 21 8304220 | e-mail: [info@ruangrupa.org](mailto:info@ruangrupa.org) | [www.ruangrupa.org](http://www.ruangrupa.org)

[www.karbonjurnal.org](http://www.karbonjurnal.org)

RUANGRUPA THANKS

Bapak Kusnadi, Ibu Pujowati, Eko (AMP Production);  
Doni Ukik Wijaya, Bapak Rochaidy (Repost),  
Budi Rahayu (Bintang Sticker Production),  
Bapak Purnama, Eko Yulianto,  
Rizky Lazuardi, Grace Samboh, Bambang ‘Toko’ Witjaksono,  
Hikmat Darmawan, Bambang Sugiharto, JJ Adibrata,  
M. Sigit Budi S., Serrum, Antariksa, Herry Nurdin,  
Ayu Utami, Hilmar Farid, Hikmat Budiman,  
Bobby ‘Marjinal’, & Cecil Mariani.

# **DAFTAR ISI**

## **CONTENT**

Pengantar 9  
*Introduction* 11

Bebas tapi Sopan 15  
Foto 35 *Photos*

Koleksi Stiker Kota 46 *City Stickers Collection*

Foto 251 *Photos*  
*Free but Proper* 273

Tentang Para Penyusun 296  
*About the Contributors* 298

GOODNIGHT ELECTRIC

ECO CARE

CLUB EIGHTIES



MILLIENIALS



OL-100

3268  
4268

TAK MAMPU  
BAYAR  
REKENING  
USTRIK



MAGUMA



Nggak bisa  
bergantung



WE ARE  
A PART  
BUT  
NOT THE  
SPACE



GOODNIGHT ELECTRIC

Re  
Salon &  
P

S PERDANA  
CELENA

CENTRAL  
PlayStation

vespa

B 5962 NE

03.09



30



## PENGANTAR

PENGAMATAN ATAS BUDAYA VISUAL telah kami lakukan sejak ruangrupa berdiri pada 2000. Kami menempatkan kerja telaah ini sebagai bagian penting dalam menemukan posisi dan relevansi terhadap kerja artistik ruangrupa. Kami kemudian menyebarkannya melalui penerbitan jurnal seni rupa kontemporer *Karbon* yang sejak 2007 kami ubah formatnya, dari cetak menjadi *online*. Hingga dalam perkembangan terakhir, kami mendorong kerja telaah tersebut melalui Divisi Penelitian dan Pengembangan agar pelan-pelan menajam dan menambah perannya untuk memberikan sumbangan langsung pada pembacaan budaya visual tersebut.

Buku ini adalah terbitan pertama Divisi Penelitian dan Pengembangan ruangrupa yang mempunyai fokus untuk melakukan serangkaian kajian dan penerbitan mengenai seni rupa dan budaya visual. Divisi ini bekerja untuk menyediakan data kajian yang terkelola dengan baik dan lengkap melalui pendokumentasian dan pengarsipan seni rupa kontemporer Indonesia.

Bagi kami, memperhatikan fenomena visual di sekitar kita adalah sebuah ketertarikan yang sederhana. Kami tertarik dengan hal-hal yang dekat, di mana kita menjadi bagian di dalamnya, seperti kegiatan mengoleksi stiker-stiker ini. Kami menyadari keberadaan produksi budaya yang dekat, mengamati jejak-jejaknya, dan melihatnya dari jarak yang tepat untuk menempatkannya dalam konteks sosial dan budaya yang lebih luas, sehingga kami bisa melihat perkembangan dan percepatan budaya kita secara lebih dalam.

Stiker di ruang kota telah menjadi bagian dari perilaku sosial masyarakat. Hal yang membuat kami menamakan stiker-stiker itu

sebagai ‘stiker kota’. Demi mengamati fenomena stiker kota sebagai budaya populer itu, buku ini disiapkan. Proses pengumpulan stiker secara intensif berlangsung sejak awal Juli hingga pertengahan November 2008. Penyeleksian stiker kemudian harus terjadi karena mustahil sebuah buku dengan halaman terbatas seperti ini, bisa memuat seluruh produksi stiker kota. Stiker merupakan fenomena yang sangat dinamis, ia memiliki daya sebar ke ruang publik maupun privat, memiliki variasi artistik dan teknik yang sangat beragam, serta materi stiker yang sangat cepat berkembang. Hal tersebut membuat kami sulit mendefinisikan kecenderungan atau motif-motifnya secara ketat. Buku ini lalu mengandaikan sejumlah kategori dengan memuat materi yang dianggap mewakili jenis motif stiker dalam setiap kecenderungan. Maka halaman-halaman dalam buku ini lebih ingin ditampilkan sebagai semacam galeri bagi tamasya panorama stiker kota.

Kami harap buku ini dapat memberi kontribusi terhadap pem-bacaan atas keragaman budaya visual kita dan menawarkan gagasan kritis terhadap fenomena urban di Indonesia untuk lebih lanjut men-gungkap latar budayanya.

## INTRODUCTION

THE OBSERVATION ON THE visual culture has been our preoccupation since ruangrupa's inception in 2000. We view such effort as a significant part of ruangrupa's artistic work, helping us to determine the position and relevance of our artistic work. We then distribute the results of such observations through the publication of the contemporary art journal, *Karbon*, which since 2007 has had a different format; from the printed to an online form. In our latest development, we promote this observation effort further through our Research and Development Division, so that the effort can gradually have a sharper focus and play a greater role in our reading of the visual culture.

This book is the first publication of ruangrupa's Research and Development Division, a division that we established with the goal of conducting a series of researches and publications on art and the visual culture. The division strives to provide well-managed and comprehensive analytical data through the effort of documenting and archiving the data on the Indonesian contemporary art.

For us, the observation of the visual phenomena around us constitutes a simple interest. We are intrigued by the things around us, of which we are a part, just like the activity to collect those stickers. We are aware of the existence of the efforts of cultural productions around us, we observe their trails, and view them in the appropriate distance in order to situate them within the greater cultural context, thus enabling us to understand the development and acceleration of our cultural changes in greater details.

Stickers in the city have become a part of the social behaviors of the public, and we thus call those stickers 'city stickers.' The book

has been prepared as an effort to examine the phenomenon of the city stickers as a part of the popular culture. The intensive process of collecting the stickers began in early July until mid-November 2008. We must then select the stickers, as it would be impossible for a book with a limited number of pages to present all the city stickers ever produced. The stickers are a highly dynamic phenomenon, with the ability to sneak into the private and public areas, with vast artistic and technical variations, and rapidly changing materials. Those characteristics made it difficult for us to define rigorously their different tendencies and patterns. For this book, we then assumed certain categories and presented the materials considered as representative of the respected categories. The pages in the book, therefore, are akin to a gallery in which readers can enjoy a panorama provided by the city stickers.

We hope the book can contribute to the reading of our diverse visual cultures and provide critical ideas regarding the urban phenomena in Indonesia, which can help us further to reveal their underlying cultural bases.





# BEBAS TAPI SOPAN

ANDA YANG MENGALAMI MASA kecil pada 1980-an, tentu masih ingat dengan berbagai stiker tokoh seperti Soekarno, Iwan Fals, stiker ber-gambar elang *"Highway Patrol"*, kepala macan *"Tiger"*, bayi gemuk *"No Problem"*, sampai *"Gadis Jujur"* berambut tajam. Juga stiker lafaz-lafaz Islam yang biasa tertempel di pintu rumah dan stiker *"Bebas tapi Sopan"* atau *"Yang Cakep Duduk di Muka (Dekat Mas Supir)"* yang biasa tertempel di bus kota.

Stiker-stiker ini kami sebut sebagai ‘stiker kota’. Ia menyerap hasrat warga kota dan berbagai permasalahannya untuk ditampilkan kembali. Ia juga tumbuh bersama menyaksikan berbagai perubahan zaman yang turut mengubah masyarakatnya, hingga akhirnya mengubah dirinya sendiri. Sebuah proses ulang-alik yang terus memunculkan berbagai stiker baru.

Namun dari mana stiker-stiker itu berasal?

Tak seorangpun bisa mengatakan dengan pasti sejak kapan sebenarnya stiker-stiker itu menemani kita. Stiker seakan muncul begitu saja. Namun seorang kawan mengingat, ia pernah mendapatkan stiker Soekarno di Jakarta pada 1971. Jakarta di awal 1970-an memang kota yang sedang sibuk menata diri. Sangat mungkin terjadi sebuah produksi stiker yang diam-diam menyelinap dalam ranah transaksi kota. Di masa itu, mantan presiden Soekarno wafat pada 1970 dan Pemilihan Umum digelar pada 1971. Sedangkan ejaan lama bahasa Indonesia disempurnakan pada 1972. Tetapi dari ribuan koleksi, tak kami temukan stiker berejaan lama. Kawan kami pun tak ingat akan adanya stiker selain stiker Soekarno saat itu. Bisa saja, stiker itu dibuat khusus untuk mengenang wafatnya Soekarno, entah oleh pemerintah

atau siapa. Tidak ditemukannya stiker berejaan lama membuat kami ragu. Anggapan bahwa stiker kota bermula sejak awal 1970-an barulah berupa asumsi.

#### HARAPAN DAN KENANGAN MASSA

Pada 2000, kami pernah membahas stiker kota dan barang cetakan lain dalam proyek seni ruangrupa “Cetak Urban”. Hasil diskusi lalu kami tulis dalam jurnal *Karbon* edisi 2 berjudul sama. Delapan tahun sesudahnya, sampai pengamatan ini berlangsung, jurnal itu masih menjadi rujukan utama karena kami tak menemukan referensi lain yang cukup bernalas. Tak banyak informasi yang kami temukan di berbagai buku seni rupa dan desain, selain anggapan bahwa stiker semata-mata hanya bagian dari “kebudayaan massa”.

Sebagai produk massal, stiker-stiker itu memang banyak sekali. Dengan hanya melihat ribuan koleksi stiker kami saja, hampir mustahil sebenarnya untuk memilahnya dalam kategori-kategori besar. Begitu banyak gambar dan teks yang saling terkait, beririsan, dan saling mempengaruhi. Berbagai koleksi tersebut tak hanya kami dapatkan di Jakarta, namun juga di Bandung, Yogyakarta, Semarang, Malang, dan Surabaya. Tak ada batasan tegas apakah sebuah stiker dijual di kota tertentu atau tidak. Sehingga tak mungkin membicarakan stiker kota di Jakarta dengan melepaskan hubungannya dengan kota lain. Di bagian lain buku ini, dapat Anda lihat sendiri betapa berbagai kecenderungan stiker tersebut memiliki batasan yang cair.

Stiker kota mengomersialkan citraan yang pernah dan sedang berlangsung dalam masyarakat kota, dan karena itu ia bersifat sementara. Sekuat apapun sebuah gambar stiker mampu bertahan di pasaran, ia tetap bergantung sepenuhnya pada pembeli. Ia pun tak memiliki infrastruktur yang memproduksi bujuk-rayu dan ilusi akan kebutuhan, seperti yang mampu dilakukan berbagai perusahaan besar melalui iklan di media massa. Kesementaraan itu membuat stiker butuh untuk terus diproduksi sehingga memiliki banyak sekali gambar. Dari merk

otomotif, wanita yang sedang digandrungi, band, kesebelasan sepakbola, bunga dan binatang, lafaz agama, atau tokoh dari politik sampai kartun. Semua citraan inipun terus berevolusi seiring zaman mengikuti selera pembelinya.

Namun tak selamanya selera pembeli dan perkembangan zaman berjalan selaras dengan kecepatan produsen ‘mengambil’ citraan zaman. Sampai saat ini kita bahkan masih bisa menemukan stiker Soekarno atau Che Guevara sekalipun mereka sudah lama wafat. Gambar-gambar mereka juga terus-menerus diproduksi dengan desain baru dan belum dikalahkan oleh figur populer lain seperti stiker “Gadis Ju-jur”, Sally Marcellina, sampai Desy Ratnasari yang kini nyaris hilang di pasaran. Tak banyak munculnya figur populer baru terkait dengan percepatan informasi yang masih rendah. Baru setelah meluasnya teknologi informasi melalui televisi, internet, dan kebebasan media massa—terutama setelah runtuhnya rezim Orde Baru pada 1998—figur populer baru pada stiker mulai bermunculan. Belakangan, kami menemukan stiker Tukul Arwana, mantan pembawa acara bincang *Empat Mata* di stasiun televisi TV7, lengkap dengan nama acaranya. Tentu stiker ini dibuat sebelum acara itu bermasalah, dihentikan penayangannya, lalu berubah nama menjadi *Bukan Empat Mata*.

Dalam hal ini, pernyataan Ronny Agustinus dalam jurnal *Karbon* edisi 2 itu masih relevan. Bahwa “satu-satunya citraan yang bisa terus bertahan melampaui setiap keinginan pasar dan kemauan zaman apapun, adalah citraan tentang harapan [...] yang tak pernah beranjak dari harapan komunal, atau bisa juga kenangan komunal, yang direkonstruksikan turun-temurun di benak massa.”

Stiker-stiker tokoh yang masih bertahan itu, selain masih berasdar stiker lamanya, terus mengalami evolusi desain secara massif. Layaknya artefak, stiker kota memberi informasi tentang siapa saja idola masyarakat kota, yaitu “Apa-apa saja yang bisa membebaskan mereka dari penderitaan.”

### YANG ‘BEBAS’ DAN YANG ‘SOPAN’

Acuan terpenting dari pengamatan ini akhirnya stiker itu sendiri. Sebagai produk cetak visual, stiker-stiker ini telah menjadi medium komunikasi pesan melalui tampilan, baik berupa gambar dan kata atau kedua-duanya sekaligus. Pesan-pesan ini selalu berarti dua: pesan yang ‘sopan’ dan pesan yang ‘bebas’. Pesan yang ‘sopan’ umumnya berupa kutipan amanat atau larangan yang bijak; biasanya terkait dengan tata agama dan adab. Pesan seperti ini bisa kita temukan pada stiker “Jagalah Kebersihan” atau “Sholatlah Kamu Sebelum Kamu disholatkan”. Sedangkan pesan yang ‘bebas’ biasanya berupa plesetan arti kata, humor, sampai erotis, yang akrab dengan keseharian masyarakat.

Kedua kecenderungan stiker ini, tentu membayangkan adanya dua publik besar pembeli: kelompok yang percaya pada harapan dan kelompok yang bermain-main dengan itu. Yang pertama merupakan golongan ‘sopan budaya’ dan yang kedua adalah golongan ‘bebas budaya.’ Kata ‘sopan’ dan ‘bebas’ di sini, dikutip dari stiker “Bebas tapi Sopan” yang pernah menandai cara sebuah kebudayaan resmi nasional menyikapi ekspresi-ekspresi artistik populer pada masanya. Sebuah masa Pembangunan Lima Tahun Orde Baru di saat berkembangnya segala bentuk gaya hidup dari seni populer seperti film, novel, sampai komik roman.

### STIKER AGAMA: HIDUPKU DALAM TANGANMU TUHAN

Stiker agama adalah salah satu dari stiker yang ‘sopan’. Hanya ada dua agama pada stiker kota: Islam dan Kristen, dengan dominasi stiker Islam karena merupakan agama mayoritas di Indonesia. Hampir seluruh stiker Islam ini menggunakan kaligrafi Arab, sementara sebagian kecilnya berupa stiker doa-doa yang ditujukan bagi anak-anak, stiker *Warning* “Utamakan Sholat” atau stiker teks seperti “*Islam Never Die*”, serta yang lebih baru, “*Moeslem not terrorist*.”

Dari sembilan gaya tulisan yang biasa disebut *khat* dalam kharizma kaligrafi Arab, *khat* Naskhi sebagai *khat* yang paling mudah secara penulisan adalah yang paling banyak ditemukan dalam stiker

lafaz Islam. Kebanyakan *khat* dalam stiker lafaz Islam ini berisi tulisan tentang pengakuan diri kepada Allah dan Muhammad dalam kalimat *syahadat*, *Basmallah* sebagai ucapan awal untuk melakukan se-gala hal, ayat agar mendapat banyak keuntungan dalam perdagangan, dan *Hamdallah* sebagai ucapan syukur kepada Allah atas segala nikmatNya. Dari *khat-khat* stiker Islam ini, terlihat bahwa kaligrafi Arab itu adalah hasil salinan dari buku-buku kaligrafi yang banyak dijual karena bentuknya yang sama persis atau bisa jadi ditulis pada piranti lunak Microsoft Word dengan menggunakan fasilitas simbol.

Sedangkan untuk stiker surah, hanya terdapat dua surah lengkap yaitu *Al-Fatiyah* dan *An-Naas*; keduanya adalah surat pembuka dan penutup dalam Al-Quran. Surat *An-Naas* biasanya juga menjadi doa untuk menghindari gangguan setan. Sementara isi stiker surah lain hanyalah berupa potongan ayat dari surah panjang.

Dalam stiker Islam ini hanya ada dua citraan dominan, Ka'bah dan *khat syahadat* yang membentuk orang sholat. Ka'bah sebagai tempat yang disucikan muslim mungkin membuktikan mimpi para muslim Indonesia untuk bisa beribadah haji ke Mekkah. Sementara untuk stiker *syahadat*, sesuai susunan *khat*-nya yang membentuk gaya orang sholat, stiker ini seringkali kita temukan di mushola dan masjid. Ini adalah salah satu stiker yang sudah ada sejak dulu dan sepertinya akan tetap ada sampai waktu yang cukup lama.

Namun dari seluruh stiker Islam yang kami koleksi, tak ada stiker berisi ayat atau hadis yang menganjurkan untuk menghargai sesama manusia. Hanya ada satu stiker yang menganjurkan untuk menghargai sesama muslim karena dianggap sebagai saudara. Padahal sangat banyak ayat dalam Al-Quran dengan tema toleransi kepada seluruh umat manusia. Selain itu, tidak ada varian stiker lain dengan ayat atau hadis tentang perlunya mengubah kualitas hidup. Hal ini semakin membuktikan bahwa produsen stiker ini hanya mencomot bahan-bahannya dari buku-buku kaligrafi, karena dalam buku itu memang tak ada ayat atau hadis dengan tema toleransi atau anjuran untuk mengubah kualitas hidup.

Sementara untuk stiker agama Kristen, citraan terbanyak adalah Yesus dan Bunda Maria. Selebihnya adalah berbagai pemaknaan manusia tentang Yesus, seperti sebagai juru mudi atau penebus dosa, serta kartun-kartun dengan teks puji dan harapan. Stiker paling unik adalah stiker bergambarkan telapak tangan Tuhan yang terbuka dengan kalimat “Hidupku dalam Tanganmu Tuhan”. Tersedia lubang seukuran pas foto pada bagian tengah dari kedua telapak tangan itu untuk ditempelkan foto umat, sehingga tampak seolah-olah umat pada foto itu sedang berada dalam pangkuan telapak tangan Tuhan. Stiker ini sering ditempelkan oleh umat Kristen, baik pada sampul Injil maupun sampul buku-buku lain. Selain itu, stiker ini merupakan salah satu stiker yang paling banyak diingat dari seluruh stiker kota ini.

#### STIKER TEKS KLASIK: *TAMPANG JELEK TAPI BONAFIDE*

Pada stiker teks kita bisa menemukan pesan yang ‘sopan’ dan yang ‘bebas’. Sesuai penamaan kami, teks dalam stiker ini sangat dominan. Sekalipun ada gambar, gunanya lebih untuk mengilustrasikan pernyataan teks. Stiker ini berbeda dengan stiker lain yang cenderung menggunakan figur, bentuk, atau merk yang sudah lebih dulu mengandung citra tertentu—seperti figur Bob Marley yang identik dengan musik *reggae*, citra kebebasan, ataupun mariyuana. Tanpa bantuan citraan lain, selain kekuatan teks dan ilustrasi yang digambar sendiri oleh produsennya, stiker teks menjadi lebih punya kemungkinan untuk tak terbeli jika isinya kurang menarik. Hal ini bisa menjadi suatu kelemahan atau justru tantangan bagi produsen. Yang terjadi kemudian, stiker teks justru menjadi stiker yang paling bisa dijadikan acuan zaman.

Stiker teks memiliki banyak model. Untuk stiker teks tertua yang beredar sejak 1970-an, kami menamakannya sebagai ‘stiker teks klasik’. Stiker ini memiliki ukuran teks yang lebih besar daripada stiker teks setelahnya. Tak ada kecenderungan tertentu dalam desain selain pilihan warna: kuning dan jingga untuk kulit manusia, serta warna merah muda, kuning, biru, hijau, hitam, dan sesekali kelabu untuk gambar

lain. Stiker ini memiliki beragam bingkai, mulai dari kotak, lengkung, atau dengan tambahan unsur dekoratif. Stiker yang digambar tangan ini jelas tidak dibuat oleh orang yang sama. Karakter gambarnya identik dengan gambar-gambar orang pada komik roman 1970-an.

Banyak hal yang disampaikan oleh stiker teks klasik. Dari amanat, pesan biasa, sampai kata mutiara, hingga pernyataan keras seperti “Hidup bukan Surga”. Bahasan paling dominan adalah mengenai transportasi yang sering mengacu pada mobil dan angkutan umum. Dari stiker “Pelan tapi Pasti” dengan gambar mobil sampai yang berpesan kepada muslim agar “Kalau Mau Naik Baca Bismillah 3x”. Pada stiker yang membahas angkutan umum, biasanya kalimat stiker terkait dengan supir, dari peringatan kalau “Sopir Kurang Hati-hati Maut Menanti”, pujiannya terhadap “Sopir Teladan”, hingga rayuan kepada “Sopirku Sayang”.

Soal materi adalah bahasan dominan lainnya, baik berupa pengakuan atas kepemilikan atau pembelaan diri atas kekurangan diri dan ekonomi. Sese kali bahasan ini masih mengacu pada kendaraan. Bisa kita temukan stiker “Biar Lambat Asal Selamat” dan “Surat-surat Lengkap” bergambar gerobak sapi dan kuda; sebuah pembelaan jenaka atas ketidakmampuan memiliki mobil sebagai impian orang kota dengan cara menghadirkan ironi citra perdesaan. Di stiker lain, bisa kita temukan masalah materi seperti “Biar Miskin Asal tidak Mengganggu Orang Lain”, “Jangan Ngobyek, Barang Pinjaman”, “Tampang Jelek tapi Bonafide”, sampai “Jangan Menangis Karena Miskin”.

Bagaimanapun, stiker teks klasik ini tak banyak membicarakan wanita dan erotisme seperti stiker teks masa kini. Pengandaian atas wanita dalam stiker “Dilihat Boleh tapi Dipegang Jangan” didapat karena terdapat gambar perempuan yang hanya berpakaian dalam, yang tak digambar dengan detail. Jika gambar perempuan itu dilepaskan, kalimat yang sepertinya mengambil bahasa larangan pada produk di etalase ini bisa ditujukan untuk benda lain. Sedangkan pada dua buah stiker lain yang memiliki kesamaan teks, perubahan gambar bahkan bisa dengan mudah mengubah makna. Tulisan “Sekarang Bayar Besok

Gratis” dengan gambar seorang pria memberikan uang, bisa berubah makna begitu gambar diganti dengan gambar wanita yang hanya men- genakan handuk.

Sebagian besar stiker teks klasik ini memang jenaka. Baik ketika menyindir “Ngaku Cinta Selagi Berduit” sampai yang benar-benar kon- yol seperti “Putus Cinta Soal Biasa/Putus Rokok Merana/Putus Rem Mati Kita”. Efek humor dalam stiker ini pun bisa terjadi karena waktu. Saat ini, kita bisa saja tersenyum membaca tulisan “Hidup dan Cinta Harus Melalui Perjuangan”.

#### **STIKER TEKS WARNING: BIAR JADUL N NGEBUL TAPI GAUL**

Pada 1995, sekitar dua dekade setelah stiker teks klasik, muncul stiker-stiker teks baru: stiker teks *Warning*, *Caution*, *Danger* (selanjutnya hanya disebut *Warning*) dan banyak lagi varian lainnya. Pencantuman ketiga teks itu memang tak selamanya berhubungan dengan isi utama karena gunanya lebih untuk menarik perhatian. Desainnya juga mudah terlihat, mengadopsi desain rambu lalulintas berupa persegi kuning berbingkai hitam, walau kemudian terjadi beragam variasi desain. Namun pada stiker ini, yang tampak dikerjakan dengan komputer, tak ada lagi dekorasi seperti pada stiker teks klasik. Bentuk stiker teks *Warning* jauh lebih rapi, presisi, simetris, dengan pilihan bentuk kata yang mudah dilihat dari jauh. Bahannya berupa kertas mengilat yang biasa disebut *graftac* oleh para penjualnya.

Dibandingkan dengan stiker teks klasik, stiker teks *Warning* jauh lebih lugas, nakal, ekspresif, erotis, dan lebih liar ‘bebas’, sehingga terkadang bisa tanpa makna samasekali. Dalam stiker ini pula, seperti pilihan penggunaan kata *Warning* atau *Caution*-nya, bahasa Inggris dan bahasa *gaul* sering digunakan; entah itu diplesetkan atau diterjemahkan semaunya. Hanya sedikit amanat ‘baik-baik’ yang masih bisa ditemukan seperti pada stiker teks klasik.

Bisa kita lihat beberapa stiker teks *Warning*, antara penggunaan akronim semaunya macam “Bobby: Bocah Biadab”—sebuah nama yang

lebih ‘kota’ daripada stiker teks klasik yang tak pernah menuliskan nama orang; atau “Janda: Jangan ditunda-tunda”. Ada pula terjemahan Inggris seenaknya seperti “FUCK: Sialan/KER:Keren/FUCKER: Sialan Gw Mang Keren”, atau “UNDER: di bawah/STAND: Berdiri/UNDER-STAND: Di Bawah Berdiri!” dengan simbol kelamin pria. Adapula kalimat “Daripada Merokok Lebih Baik ‘Dirokok’” atau “Boleh Nyenggol Asal Cewe Bahenol” yang masih berusaha menggunakan rima.

#### YANG JELEK DAN YANG SUSAH DI JALANAN KOTA

Terkait dengan permasalahan kota, ada beberapa bahasan yang berkembang dari stiker teks klasik ke stiker teks *Warning*. Masalah transportasi memang masih dibicarakan, namun beralih dari mobil dan angkutan umum menuju motor. Soal transportasi ini tak hanya diacu pada isi teks, tapi juga diperkuat dalam penempatan stiker—dan kedua hal ini, teks dan penempatan stiker, kemudian saling mempengaruhi. Stiker teks *Warning* ini biasa ditempel di motor. Entah mana lebih dulu, kecenderungan pemasangan atau isi teksnya, banyak stiker yang seakan memang untuk ditempel di bagian belakang motor seperti stiker teks *Warning* “Buntutin Kalo Berani” atau “Yang Nyalip Monyet”.

Selain itu, dengan semakin banyak humor dalam stiker teks *Warning*, semakin sedikit amanat dan kata mutiara seperti pada stiker teks klasik. Variasi pesan dan cara ungkap berkembang lebih luas. Seakan baik produsen dan konsumen stiker kini lebih banyak membutuhkan humor demi menghadapi kerasnya jalanan kota.

Namun masalah materi dan pemakluman atas kekurangan fisik dan ekonomi adalah hal yang belum ditinggalkan sepenuhnya. Kalimat stiker teks *Warning* seperti “Motor Boleh Pas-pasan tapi yang Punya Keren Abis” memang tampak lebih percaya diri daripada “Tampang Jelek tapi Bonafide” pada stiker teks klasik. Namun ini cara yang kurang-lebih sama. Kata ‘keren’ memaklumkan ‘pas-pasan’ dan kata ‘bonafide’ memaklumkan ‘jelek’. Tetapi di sini, bisa kita lihat adanya perubahan hasrat massa. Jika dulu ‘bonafide’ lebih penting daripada

‘jelek’, sekarang ‘keren abis’ lebih penting daripada ‘pas-pasan’. Bahkan di beberapa stiker teks *Warning* terjadi penyikapan tanpa beban seperti pada stiker “ORSU/Orang Susah” atau “Miskin dan Kaya Sama Saja”. Kekurangan diri tetap menjadi bahasan, sekalipun penyikapannya mulai berbeda.

#### DISTRIBUSI STIKER KOTA DI JAKARTA

Saat tulisan ini dikerjakan, pusat penjualan stiker di Jakarta berada di Pasar Pagi “Asemka”, Jakarta Utara dan Pasar Gembongan, Jakarta Timur. Dari sana stiker ‘dibeli putus’ oleh penjual eceran yang kemudian menjajakannya di kaki-lima, pasar, maupun pasar malam musiman. Sebagian stiker dijual pada siang hari, sebagian di malam hari. Dan umumnya, lapak-lapak stiker itu tidak berjualan sendirian, tapi berderet bersama kakilima yang menjual barang lain. Selama masa pengamatan kami, lokasi paling ramai adalah di tepi jalan sepanjang tembok sisi timur Kebun Binatang Ragunan, Jakarta Selatan. Dari ruas jalan sepanjang 100 meter penuh pedagang kakilima itu, terdapat empat lapak penjual stiker.

Tak ada jumlah yang pasti akan berapa banyak stiker yang dibeli oleh penjual eceran dari pusat penjualan stiker; semua tergantung pada kemampuan modal pengecer dan permintaan pembeli. Dari pusat penjualan itu, akhirnya kami tahu bahwa pabrik stiker terbesar justru berada di Bandung, Semarang, dan Surabaya. Bukan di Jakarta, ibukota yang semestinya lebih mungkin menghasilkan stiker-stiker bercitarasa kota besar ini.

Stiker teks *Warning* dengan desain dan bahasa lebih ‘masa kini’ itu berawal dari Repost, sebuah pabrik stiker di Bandung yang mulai memproduksi stiker sekitar 12 tahun lalu. Sementara stiker dengan teknik *cutting* berasal dari Semarang. Yang kemudian paling kami cari adalah pabrik stiker tertua. Dan hanya satu petunjuk kami, sebuah cap yang paling banyak tercantum di stiker baru maupun lama: AMP Prod.

### AMP PRODUCTION

Sumber kami mengatakan bahwa AMP berada di sekitar Terminal Bungur Asih, Surabaya. Namun menurut Pak Purnama—pemilik salah satu toko di antara deretan toko stiker lain di belakang Pasar Atom, Surabaya—toko-toko stiker di Surabaya sekarang justru lebih banyak memasok stiker asal Bandung dan produksi stiker asal Surabaya sendiri tak banyak. Ia mengatakan bahwa AMP bukan berada di Surabaya, namun di Pakisaji, sebuah desa di Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Ini adalah informasi mengejutkan. Bagaimana mungkin sebuah stiker yang kami namakan sebagai stiker kota, berasal dari desa? Sebuah desa dengan pemandangan tipikal, berupa jalan utama dengan rumah-rumah di sepanjang jalan berlatarkan hamparan sawah. Bagaimana proses desain itu terjadi? Apakah ada pertukaran informasi tentang selera dan perilaku warga kota? Apakah ini produksi komersial semata seperti anggapan orang banyak?

AMP adalah singkatan Adi Mas Putra, yang berarti ‘adik, kakak, dan putra’ yang merujuk pada usaha keluarga. Pabriknya terletak di jalan utama Desa Pakisaji. Ketika kami datang mewawancara, Bapak Kusnadi dan Ibu Pujowati sebagai pemilik menerima kami dengan ramah, menceritakan awal mula usaha stikernya dengan penuh nostalgia.

Sekalipun dalam banyak hal Kusnadi tak bisa memastikan tahun dengan tepat, ia masih ingat kapan pertama kali memulai usahanya, yaitu pada 1977, tahun yang sama ketika pada usia 21 tahun itu ia menikahi istrinya, Pujowati. Menurut Kusnadi, sebelumnya tak ada stiker-stiker seperti buatannya, yang ada hanya stiker-stiker label untuk sepeda motor dan produk-produk pabrik lainnya.

Kusnadi adalah anak tunggal dari keluarga berpenghasilan rendah. Bangku sekolah ia tinggalkan sejak kelas 4 SD untuk bekerja agar ia bisa mandiri dengan memegang uang sendiri. Ia lalu bekerja sebagai buruh tebu, hingga sekitar 1974 ia bekerja sebagai kurir di sebuah pabrik stiker di desa Karang Duren, Kabupaten Malang, milik pengusaha Koh Beng. Pabrik itu membuat stiker untuk label badan

motor dan berbagai produk kaleng. Sehari-harinya, Kusnadi bersepeda mengantarkan hasil afdruk untuk dicetak dan dilem di Malang. Dari antar-mengantar bahan itu, ia jadi tahu cara menyablon, hal yang di-rahasiakan pemiliknya dari pekerja lain. Pada 1977, bersama istri dan adik istrinya, Haryanto, ia lalu memutuskan untuk memproduksi stiker-ernya sendiri.

Pelan-pelan Kusnadi memulai usaha kecilnya. Berawal dari dua meja kecil di rumahnya dengan produksi tak sampai limaratus stiker satuan setiap hari, semua stiker dijual-putus kepada para pengecer dan toko-toko di Malang, Surabaya, Blitar, dan Jakarta. Stiker-stiker itu diproduksi secara eceran selama lima tahun. Sepanjang itu, tumbuh berbagai produsen stiker-stiker lain di Semarang dan Surabaya, dan mungkin juga di kota lain yang tak diketahui oleh Kusnadi.

Usaha Kusnadi baru beranjak besar setelah ia mengerjakan pesanan stiker logo acara Musabaqah Tilawatil Quran (MTQ) di Kalimantan pada awal 1980-an. Lalu pada 1995 ketika sebuah pabrik stiker label di Semarang tutup dan memberikan semua kontak agen penjualnya kepada Kusnadi. Jangkauan AMP kemudian meluas hingga Bandung, Purwokerto, Solo, dan Cirebon. Stikernya bahkan pernah dijual ke Malaysia, dan Kusnadi sendiri pernah melihat stiker lafadz Islamnya ter-tempel di sebuah masjid di Mekkah, ketika ia beribadah haji bersama istrinya setelah 1998. Pada 1998 itulah, ketika krisis ekonomi melanda Indonesia, usaha Kusnadi justru mendapat keuntungan besar. Stok stikernya di gudang yang lebih banyak dari semua pabrik stiker lain yang tak bisa berproduksi, laku keras. Dari sana, usahanya terus maju sampai sekarang.

Seperti lazimnya pabrik lain yang banyak terdapat di Pakisaji, pegawai AMP kebanyakan adalah warga setempat. Pada 1980-an pegawai AMP sempat berjumlah 150 orang. Namun seiring Kusnadi semakin menguasai efisiensi produksi, sistem kerja menjadi lebih baik, sehingga ketika produksi berjalan stabil, sekarang ia hanya memerlukan 75 pegawai. Dari seluruh pegawainya, limapuluhan empatnya adalah perempuan. Sekalipun pegawai perempuan jarang bertahan lama

dalam bekerja karena berbagai urusan rumah tangga, kinerja mereka jauh lebih bagus, lebih presisi, dan lebih rapih daripada semua pegawai pria sebelumnya. Sementara pegawai lelaki yang tersisa sebagian besar adalah mereka yang sejak awal bekerja dengannya.

Stiker pertama yang diproduksi AMP adalah stiker teks klasik. Dalam mendesain, Kusnadi selalu bekerjasama dengan banyak tukang gambar. Semua desain stiker adalah hasil kolaborasi di antara mereka, juga dengan agen penjualnya yang sering memberi masukan dan bahan berupa teks, gambar, dan foto, dengan persetujuan final dari Kusnadi. Untuk ‘gambar-gambar seksi’, misalnya—istilah Kusnadi untuk stiker foto perempuan—and berbagai stiker foto lain, foto dipindai dari poster kalender yang kebanyakan berasal dari agen penjualnya lalu ia tambahkan dengan teks seperti “Gadis Jujur” atau “*No Problem*”. Semua film stiker-stiker lama itu masih ia simpan, untuk disablonnya lagi jika stok stiker mulai menipis. Beberapa gambar seperti pada stiker lafadz Islam, kini ia perbarui warnanya menjadi lebih cemerlang. Ia kemudian juga memproduksi stiker-stiker teks *Warning* mengikuti model stiker Repost asal Bandung.

Kita bisa mengenali stiker AMP yang tertempel di jalanan dengan mudah. Selain karena gambar-gambarnya yang sebagian masih kita ingat sebagai kenangan masa kecil, stiker AMP bisa dikenali dari bahannya yang berbeda dengan produksi stiker asal kota lain. Tak seperti bahan stiker asal Bandung yang menggunakan kertas stiker mengilap, atau stiker asal Semarang yang terkenal dengan teknik *cutting* yang menggunakan mesin potong, stiker AMP disablon dengan posisi film terbalik di atas plastik mika impor dari Cina. Plastik tersebut lalu di-tempel di atas kertas yang juga sudah disablon dengan lem. Teknik ini membuat gambar berada di sisi dalam plastik mika, membuatnya lebih awet karena tak terkena sinar matahari langsung. Hal ini pula yang menyebabkan stiker AMP bisa ditempel di kaca dan tetap bisa dilihat dari sisi baliknya sebagai stiker yang transparan, seperti yang biasa kita lihat di kaca bus, mikrolet, atau bajaj.

Melihat stok stiker di gudang AMP pada kunjungan kami saat itu, kami baru benar-benar menyadari betapa banyaknya stiker yang sudah diproduksi oleh AMP. Sekitar 70 persen stiker yang pernah beredar di pasaran adalah hasil produksi AMP.

#### DALAM IMAJINASI ATAS KOTA

Kenyataan bahwa stiker kota diproduksi dari desa mengisyaratkan adanya imajinasi atas kota. Dalam prakteknya, jelas bahwa proses desain stiker kota berlangsung dengan cair. Di sinilah terjadi sebuah proses komunikasi citraan ulang-alik itu. Ada tukang gambar yang berimajinasi atas kota, ada agen penjual yang menyerap hasrat masyarakat kota tempatnya berjualan stiker, ada pembeli yang sesekali menyarankan stiker apa yang seharusnya diproduksi, dan ada pabrik yang memutuskan semua hasil akhir stiker itu.

Pada awalnya, kota bisa hanya diartikan sebagai tujuan atas pasar yang lebih luas. Namun di sinilah pengandaian itu kemudian terjadi: stiker macam apa yang akan diminati warga kota. Jika kita juga mengandaikan bahwa AMP adalah produsen awal stiker kota ini, maka imajinasi atas kota itu memang tak langsung tertuju pada Jakarta, namun ke kota-kota di sekitar AMP seperti Malang, Surabaya, dan Blitar yang menjadi tujuan pertama distribusinya. Tetapi imajinasi atas kota tak terbatas lokasi, dan Jakarta telanjur dipercaya sebagai gambaran kota ideal yang siap menampung mimpi banyak orang.

Jakarta sepeninggal Ali Sadikin sebagai gubernur pada 1977—tahun yang sama ketika AMP mulai memproduksi stikernya—adalah ibukota yang jauh lebih manusiawi daripada sepuluh tahun sebelumnya. Harga minyak naik, dan pada 1980-an terjadi ledakan ekonomi semu yang mengubah wajah Indonesia selamanya. Lahir kelas menengah baru sekaligus semakin banyak orang yang pindah ke kota besar. Berbagai barang konsumsi marak di mana-mana. Di tengah kemerahan citra itu, stiker semakin memperoleh peran komunikasinya di kota besar.

Di sini Jakarta menjadi simbol kemakmuran. Sebuah ilusi yang tak pernah benar-benar ditujukan untuk menghidupi kota itu sendiri, namun lebih untuk mengambil sesuatu darinya. Jakarta menjadi kesementaraan. Hidup susah tak apa karena tak banyak pilihan lapangan pekerjaan di kota kecil dan desa. Semua dilakukan demi impian menabung untuk hari tua yang indah di kampung halaman. Sekalipun bagi kebanyakan orang harapan itu kandas karena ilusi semula lalu mewujud kenyataan yang pahit.

Namun pencitraan atas Jakarta berlangsung tanpa henti melalui film-film Indonesia 1970-an sampai sinetron sekarang. Ibukota dengan lalulintas yang padat, gedung tinggi, gemerlap kota malam hari, merupakan pelengkap sempurna gaya hidup kota. Tak ada operasi yustisi manapun yang bisa mencegah rayuan ini. Sebuah rayuan untuk bertamasya, bahkan bagi warga Jakarta yang sudah ada di dalamnya.

Kota telah melemparkan kampung halaman penghuninya, di saat kota sendiri belum sepenuhnya menerima warganya. Dalam pertarungan sosial antarkelas ekonomi ini, masyarakat yang tersudutkan sebagai kelompok akhirnya perlu mengais-ngais lagi kenangan asal mereka, kampung halaman yang tak bisa sepenuhnya menghilang karena dibutuhkan sebagai pijakan identitas.

Jika kembali mengingat proses desain stiker kota, yang dibayangkan produsen sebenarnya adalah para perantau di kota besar yang belum sepenuhnya kehilangan kampung halamannya ini. Hal ini bisa terlihat pada stiker kota yang ternyata lebih banyak tertempel di angkutan umum Jakarta daripada di angkutan umum kota-kota lainnya.

Di sinilah stiker kota pada mulanya berperan. Semua identitas masyarakat ini tak bisa tampil langsung di tengah kurangnya ruang publik yang menyebabkan tersumbatnya semua saluran ekspresi. Stiker-stiker ini niscaya dibutuhkan demi mencapai berbagai ekspresi yang selama ini terbungkam, menjadi sebuah media bagi tradisi bicara yang terbata-bata. Agama, nasionalisme, amanat, dan pesan sosial, menjadi pijakan identitas bersamaan dengan hasrat dan harapan yang terkandung di dalamnya. Begitu pembeli menempelkan stikernya, identifikasi

diri terjadi sepenuhnya. Seakan penempelan stiker itu telah memulihkan kembali hubungan identitas itu.

Namun kota terus berubah, begitu pula identitas yang dibutuhkan masyarakat. Dari stiker teks, kita bisa melihat perubahan hasrat atas kendaraan. Tema kendaraan pada stiker teks klasik yang sering merujuk pada mobil, lambat laun bergeser pada motor seiring semakin terjangkaunya kredit motor. Hal ini terkait dengan munculnya Repost, pabrik stiker di Bandung sejak 1995 yang pasarnya kini bersaing ketat dengan stiker AMP. Pemain baru bisnis stiker ini berasal dari generasi yang lebih muda. Para perajin stikernya tak berasal dari desa melainkan dari permukiman padat di wilayah Pasirkaja, Bandung. Produsen baru ini kemudian menanggapi kota secara berbeda, terutama melalui stiker teks *Warning*-nya.

Sementara itu, para perantau di kota semakin beradaptasi. Mereka mungkin sudah mengubur keinginannya untuk memiliki mobil, lelah naik angkutan umum, dan kini memiliki motor yang lincah mengatasi keruwetan jalanan kota. Dari stiker teks klasik “Pelan tapi Pasti” bergambar mobil, beralih menjadi stiker teks *Caution* “Budaya Pelan Membuat Anda Ketinggalan” untuk ditempel di badan motor. Masyarakat kota pun semakin terbiasa dengan citraan. Bersama dengan arus informasi yang semakin cepat, Kurt Cobain sejak bunuh dirinya pada 1994 bisa bersanding dengan stiker Soekarno. Stiker musik beserta komunitasnya menjadi semakin banyak. Bahkan dua-tiga buah logo terkenal bisa berkumpul dengan citraan tertentu menjadi sebuah stiker dengan makna yang baru sama sekali.

Bisa saja kita mengandaikan bahwa pembeli stiker berasal dari kelas bawah dan kelas menengah ke bawah. Terutama karena julukan umum bagi stiker-stiker ini semula adalah ‘stiker angkot’, yang sering dipandang rendah karena angkutan umum identik dengan rakyat jelata. Padahal sesungguhnya angkutan umum adalah pencapaian tertinggi bagi penyebaran stiker, dan mungkin bagi penyebaran apa saja. Idealnya, moda transportasi umum berkualitas bagus dan nyaman digunakan oleh semua kelas sosial. Hanya saja yang terjadi di Indonesia

adalah sebaliknya. Angkutan umum telanjur dicap milik kelas bawah. Namun kini, bagaimana kita menjelaskan tentang sebuah stiker yang sama, yang bisa menempel di sebuah mobil mewah dan sebuah bajaj? Stiker kota sejak awal memang tak pernah mengkhususkan diri bagi pembeli tertentu. Hanya kepada mereka yang mengalami pencampuran identitas yang begitu cepat di kota besar yang sarat dengan berbagai citraan ini.

Para pembeli stiker ini, sekalipun tak berarti mereka akhirnya memiliki kehidupan yang lebih layak, seakan semakin realistik dan santai menjalani hidup. Mereka memaknai kekurangan sosial-ekonominya dengan berbeda, menyadari bahwa hidup tak mungkin “*bonafide*” tapi mungkin dengan menjadi “keren abis” mereka bisa menyamarkan ke nyataan itu, karena seperti petuah salah satu stiker *Warning*, mungkin “Miskin dan Kaya Sama Saja”. Tanpa beban, mereka bisa menerima amanat Mickey Mouse untuk menjaga kebersihan, imbauan Winnie The Pooh untuk mengucapkan salam sebelum mengetuk pintu. Amanat yang serius dan bahkan sakral telah dikendurkan tegangan-nya dengan mempermainkan citraannya tanpa rasa segan.

Belakangan, kami menemukan sejumlah stiker yang menggunakan bahasa daerah. Tampak adanya kepercayaan diri dalam menggunakan bahasa daerah dalam bentuk stiker yang cenderung berpesan ‘bebas’ itu. Namun jumlah stiker teks ini masih sedikit. Sebagian besar isinya adalah pemakluman fisik dan ekonomi seperti stiker teks lain. Yang menarik adalah, mulai ada kebutuhan untuk lebih berkomunikasi dalam lingkup lokal, sesuatu yang sebelumnya tak pernah tertuangkan melalui stiker.

Hal ini mungkin terkait erat dengan memudarnya sentralisasi, dampak sosial dari otonomi daerah, sehingga menumbuhkan pandangan baru atas kota yang semakin meluas dan majemuk. Bahwa sejatinya kota adalah tempat segala keberagaman seharusnya berada dan hidup bersisian tanpa rasa canggung. Hanya saja, apakah pertumbuhan kota-kota lain akan kembali menjadi kesementaraan?

Di sisi lain, jurang perbedaan sosial-ekonomi masyarakat di kota besar justru semakin tajam. Berkurangnya stiker kota yang ‘sopan’ dan bertambahnya stiker kota yang ‘bebas’ bisa menjadi indikasi bagaimana masyarakat, setidaknya para pembeli stiker ini, mengatasi kesehariannya melalui humor. Pada stiker kota yang lebih baru, humor-humorinya jauh dari sisipan amanat yang terkadang masih bisa kita temukan tersembunyi di balik humor stiker teks klasik. Sekalipun sebenarnya potensi humor ini sudah tampak sejak stiker teks klasik, namun humor baru ini jauh lebih liar dan ekspresif. Humor sepertinya menjadi satu-satunya cara yang ampuh untuk membunuh rasa cemas, melepas diri dari segala yang kaku, merenggangkan syaraf dari kerasnya kehidupan kota. Sebuah perlawanannya terhadap otoritas, tanpa maksud benar-benar melawan, namun lebih berfungsi sebagai terapi tak langsung di antara pengguna stiker sendiri.

#### PENEMPelan STIKER, PENYEMATAN IDENTITAS YANG TERUS BERKEMBANG

Stiker memang memiliki potensi alami untuk membebaskan dirinya diperlakukan sebagai media. Pemaknaan bebas pada stiker kota ini menjadi menarik ketika terjadi perbedaan pemaknaan oleh produsen, penjual, dan pembeli.

Bagi produsen, motif pembuatan stiker bisa semata-mata demi mendapatkan laba. Proses pemaknaan selanjutnya, berupa imajinasi atas kota tersebut, baru terjadi ketika stiker akan didesain. Namun tak ada tendensi yang ‘sopan’ dalam keseluruhan produksi. Berbagai stiker humor, erotis, atau agama bisa diproduksi oleh satu pabrik stiker. Dalam konteks produksi, sekalipun terjadi pemisahan penempatan antara stiker yang ‘sopan’ dan yang ‘bebas’ dalam sebuah lembaran stiker, hal itu lebih bertujuan untuk memudahkan produsen mengelompokkan jenis stiker, terutama untuk keperluan pengarsipan—sekalipun bisa saja ini adalah upaya ‘sensor diri’ mereka. Namun hal itu tetap tak terlalu berarti karena pada akhirnya stiker lembaran itu akan dipotong menjadi stiker satuan. Pembeli tak tahu tentang semua pemisahan itu, yang mereka lihat di pasaran hanyalah stiker satuan.

Setelah itu, ketika stiker sudah dipasarkan, produsen tak lagi berkuasa atas stikernya. Perlakuan penjual terhadap stiker kemudian tak jauh berbeda dengan produsen. Dalam tataletak penjualan di lapak-lapak stiker, tak ada pemisahan yang jelas antara stiker yang ‘sopan’ dan ‘bebas’. Stiker Soekarno bisa dipajang begitu saja di samping stiker Soeharto maupun stiker seksi. Semuanya campur-baur. Bisa jadi, hal ini hanya disebabkan oleh ruang lapak yang sempit. Jika terjadi pemisahan, hal itu hanya dilakukan pada stiker agama yang dipisahkan dengan stiker ‘bebas’ lainnya. Bahkan di beberapa tempat seperti di Pasar Jatinegara, ada satu toko yang lebih banyak menjual stiker agama—sekalipun hal ini bisa saja disebabkan oleh target pasar khusus di suatu lokasi penjualan tertentu. Namun tampak adanya sebuah penghormatan lebih pada stiker agama.

Dari semua matarantai itu, pembelilah yang memiliki kekuasaan tertinggi untuk memaknai stikernya. Ia tak berurusan dengan efisiensi produksi, pengarsipan, ataupun sempitnya ruang lapak. Ia bisa membuat stiker kembali menjadi sakral ataupun tidak.

Namun mengapa kita menempel stiker? Selain demi identifikasi diri, penempelan stiker juga menjadi tindakan penandaan teritorial, di mana semuanya terkait dengan upaya komunikasi dan kesadaran ruang. Baik produsen maupun konsumen memiliki kesadaran ruang itu. Stiker produksi AMP berupa stiker “Naik Gratis Turun Bayar” atau “Yang Cakep Duduk di Muka (Dekat Mas Supir)” dibuat dengan membayangkan di mana stiker itu nanti akan ditempelkan. Kesadaran ruang ini menegas pada stiker-stiker selanjutnya, terutama pada stiker-stiker *Warning*.

Pada akhirnya, pembelilah yang melakukan aksi pemaknaan ruang tersebut. Stiker “Naik Gratis Turun Bayar” tentu akan kehilangan maknanya jika sekadar ditempelkan di sebuah pintu rumah layaknya stiker lafadz *Bismillah*. Stiker seperti itu harus ditempelkan di tempat yang sesuai agar memiliki makna yang tepat. Pembeli stiker juga yang kemudian akan menentukan di mana stiker-stiker lain, yang semula

tanpa berkesadaran ruang, akan ditempelkan sebagai penanda teritori atau kepemilikan atas benda.

Seseorang yang menempelkan stiker lafaz Islam di depan pintu, selain menegaskan identitas agamanya terhadap dirinya, juga ingin mengkomunikasikan identitas itu kepada tamunya, sekaligus sebagai penanda teritori kemuслиmannya. Stiker lafaz Islam banyak ditempel di pintu rumah bagian depan, di bagian atas dinding, kaca, atau lemari. Hampir tak ada yang menempelkannya di kamar mandi. Ada kesadaran ruang di sini, terkait dengan materi stiker. Hal ini menjadi sebuah perlakuan sakral yang mirip dengan tindakan umat Islam yang tak akan dengan sendirinya membawa Al-Quran ke dalam kamar mandi. Karena aspek religius, bentuknya yang berbeda, dan adanya penghormatan atas agama dalam memori kolektif orang, stiker inilah yang paling jarang diganggu keberadaannya daripada stiker lain.

#### MASYARAKAT DAN STIKER, PERUBAHAN DEMI PERUBAHAN

Secara perlahan, perubahan sudut pandang masyarakat bisa terjadi melalui perubahan stiker. Semakin banyaknya stiker ‘bebas’ akan membuat nilai stiker ‘sopan’ akan meluruh. Tak hanya karena dominasi jumlahnya, juga karena banyak stiker ‘sopan’ yang akhirnya berubah mengikuti perkembangan zaman. Seperti pada stiker lafaz Islam produksi AMP misalnya, efek sakralnya berkurang ketika Repost memproduksi stiker lafaz yang sama, dengan warna dan *khat* yang berkesan lebih trendi dengan warna-warna ceria. Pada stiker lain, peluruhaninya bahkan semakin tegas. Bagaimana menjelaskan keagungan kepada Che Guevara yang stikernya kemudian diplesetkan menjadi *Chewe Gue Parah?* Dan bagaimana jika stiker itu dibeli oleh mereka yang sebelumnya mengagumi dan membeli stiker Che Guevara?

Pelan-pelan dengan semakin banyaknya stiker-stiker yang tak hanya ‘bebas’ atas hasrat masyarakat kota terkini, namun juga bermain-main dengan citraan ‘sopan’ sebelumnya, akan terjadi perubahan sudut pandang pada masyarakatnya dalam menyikapi sesuatu. Suatu saat nanti, akan ada yang mengira bahwa Mickey Mouse itu

adalah kartun asal Indonesia karena tikus itu fasih berbahasa Indonesia dalam stikernya. Hanya stiker-stiker yang memiliki nilai terkuat saja yang mampu bertahan hidup selamanya—tanpa menampik perubahan yang mungkin terjadi melalui desain terkininya.

Pada saat itu, kreasi artistik tak lagi hanya menjadi cerminan kenyataan. Namun kenyataan bisa menjadi cerminan dari kreasi artistik yang ada. Sebuah citraan yang mampu terus bertahan bisa saja adalah citraan tentang harapan, namun pengertian akan harapan itu juga akan terus berubah seiring zaman dan anggapan masyarakatnya. Stiker, seperti juga kenyataan hidup di banyak kota besar Indonesia, adalah kesementaraan. Anda bisa mencermati satu-persatu gambar stiker di dalam buku ini dengan kagum, tersenyum, bahkan tertawa karenanya, namun begitu Anda selesai menutup buku ini, stiker-stiker yang terhampar di jalanan itu akan terus berubah dan bertambah.

*Tebet, Jakarta Selatan, 9 Desember 2008*



Bekas Pusat Stiker di Pasirkoja, Bandung, Jawa Barat.

*The previous center of stickers in Pasirkoja, Bandung, West Java.*



Atas: Rumah produksi stiker Bintang Kreatif Production, Pasirkoja, Bandung, Jawa Barat.

Bawah: Rumah Cetak Utama Jaya, Pagarsih, Bandung, Jawa Barat.

Above: The work site of Bintang Kreatif Production, Pasirkoja, Bandung, West Java.

Below: The printing house of Cetak Utama Jaya, Pagarsih, Bandung, West Java.



Atas: Pakisaji, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Bawah: Sepeda-sepeda pegawai perempuan, AMP Production.  
Above: Pakisaji, Malang Regency, East Java. Below: Bicycles of the female workers, AMP Production.

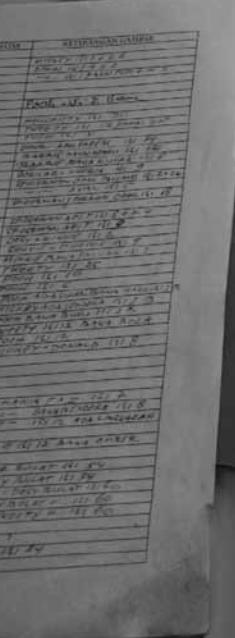


Atas: Ruang penyimpanan plastik mika, AMP Production. Bawah: Ruang penyimpanan, AMP Production.  
Above: The storage room for the mica-plastics, AMP Production. Below: Storage room, AMP Production



Suasana kerja, AMP Production.  
*Working situation, AMP Production.*





No.	Kode Sticker (Wajah)	Tgl. Stiker	Keterangan Stiker
1	RC9200		
2	RC9201		
3	RC9202		
4	RC9203		
5	RC9204		
6	RC9205		
7	RC9206		
8	RC9207		
9	RC9208		
10	RC9209		
11	RC9210		
12	RC9211		
13	RC9212		
14	RC9213		
15	RC9214		
16	RC9215		
17	RC9216		
18	RC9217		
19	RC9218		
20	RC9219		
21	RC9220		
22	RC9221		
23	RC9222		
24	RC9223		
25	RC9224		
26	RC9225		
27	RC9226		
28	RC9227		
29	RC9228		
30	RC9229		
31	RC9230		
32	RC9231		
33	RC9232		
34	RC9233		
35	RC9234		
36	RC9235		
37	RC9236		
38	RC9237		
39	RC9238		
40	RC9239		
41	RC9240		
42	RC9241		
43	RC9242		

Atas: Daftar nomor seri stiker, AMP Production. Bawah: Katalog dan map nomor seri stiker, AMP Production.

Above: A list of the stickers' serial numbers, AMP Production. Below: Catalogue and folders for the serial numbers, AMP Production.



Atas: Suasana kerja pemotongan dan pembungkusan stiker, AMP Production.

Bawah: Gudang penyimpanan stiker, AMP Production.

*Above: The cutting and packaging of the stickers, AMP Production.*

*Below: Warehouse where the stickers are stored, AMP Production.*

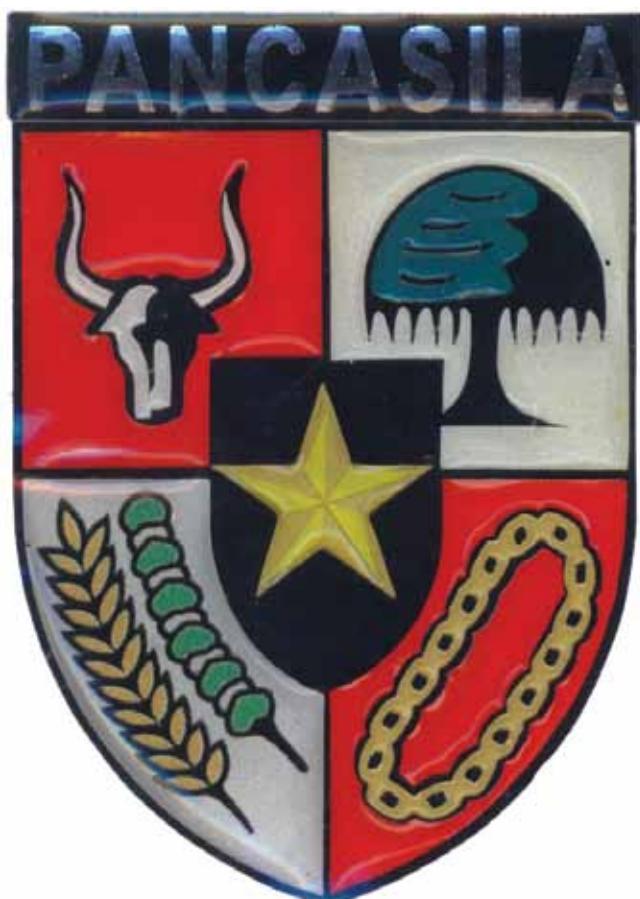


Lapak stiker di Tebet, Jakarta Selatan.  
*Street vendors of stickers in Tebet, South Jakarta.*



# KOLEKSI STIKER KOTA

*CITY STICKERS COLLECTION*









GARUDA 15



GARUDA 20



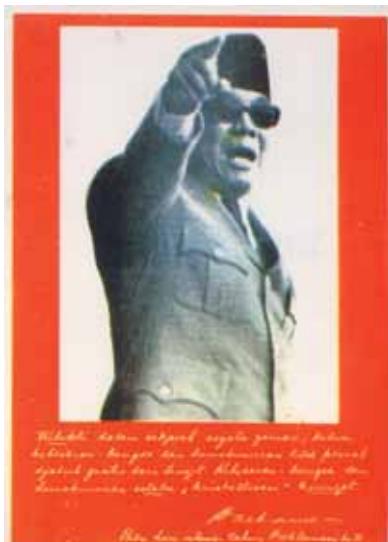
GARUDA 19











Pada hari ini kita mengingat jasa-jasa  
sejati dan berharga yang telah diberikan oleh Presiden  
Soekarno pada bangsa Indonesia dengan  
semangat patriotisme yang luar biasa."

Penulis  
Bapak Dr. Soekarno, Presiden RI



**Ir. SOEKARNO**  
Presiden RI Pertama

**Ir. SOEKARNO**  
Presiden RI Pertama





## BERANI

DI TUNTUT DENGAN SEMANGAT  
PEMBERONTAK TERHADAP SEGALA  
BENTUK PENINDASAN.  
IA ADALAH SEORANG GARDA  
REVISIONER PILIHAN  
RAKYAT YANG IA CINTAI  
DAN IA AGUNGKAN  
ADALAH DASAR KEBENARANNYA  
MELAHAN, MELAHAN  
DAN MELAHAN, MEMBELA RAKYAT  
IALAH TINDAKAN YANG SUCI DAN  
HARUS, ALASAN INILAH  
YANG MEMBENTUK DIRINYA  
TIDAK KENAL TAKUT

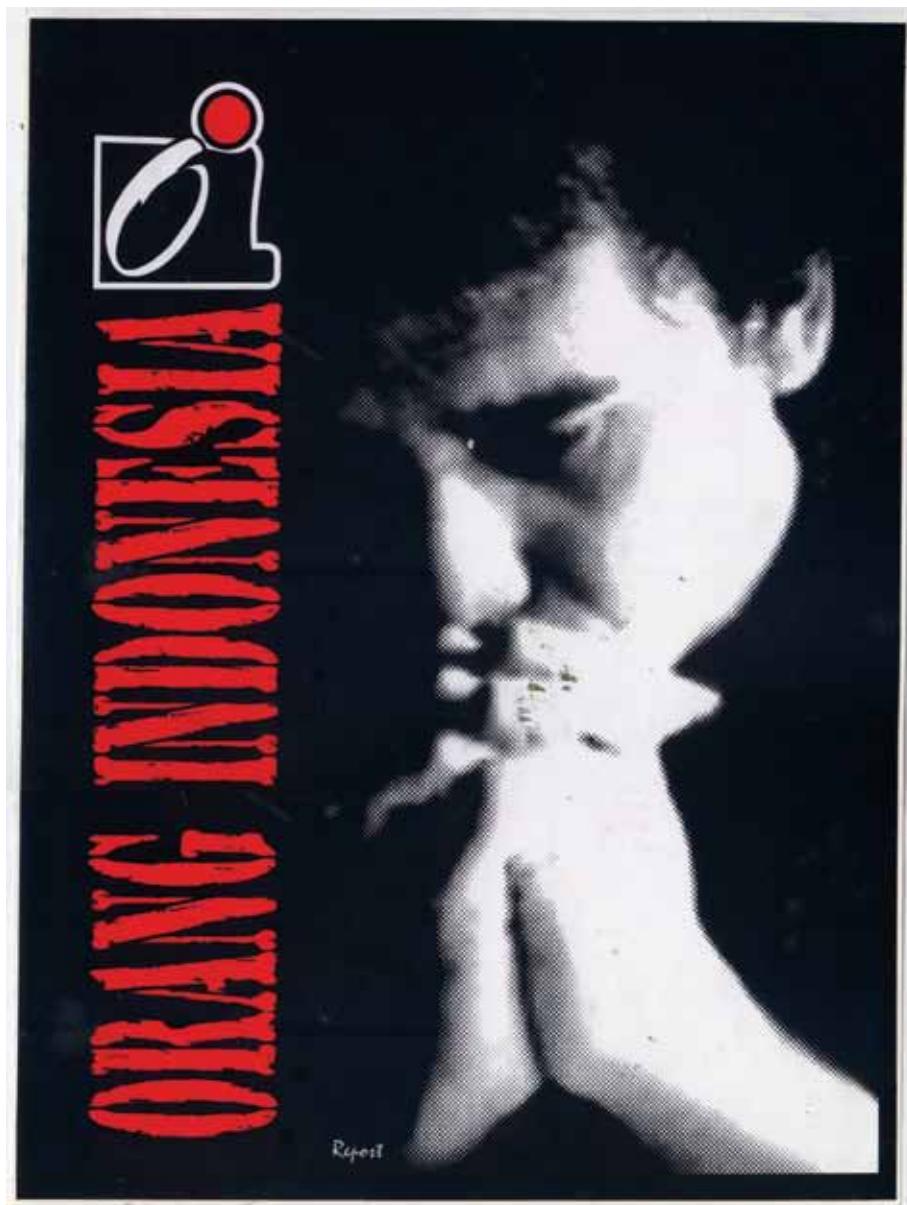
*Odeonno*



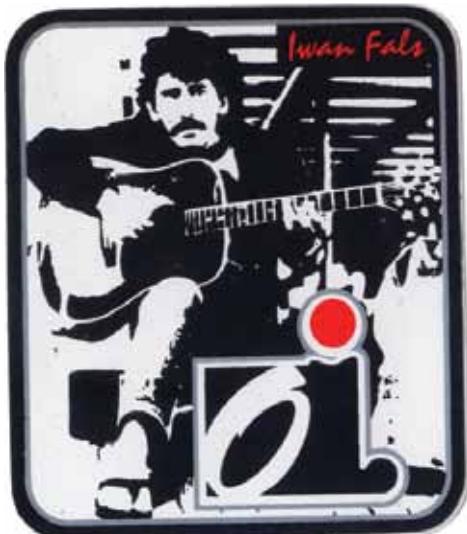
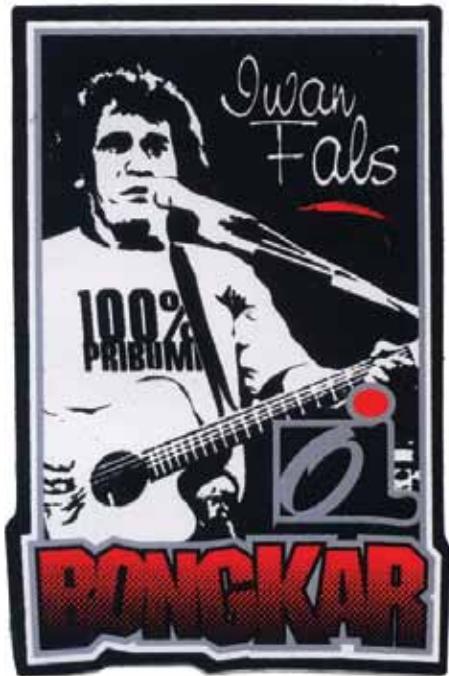






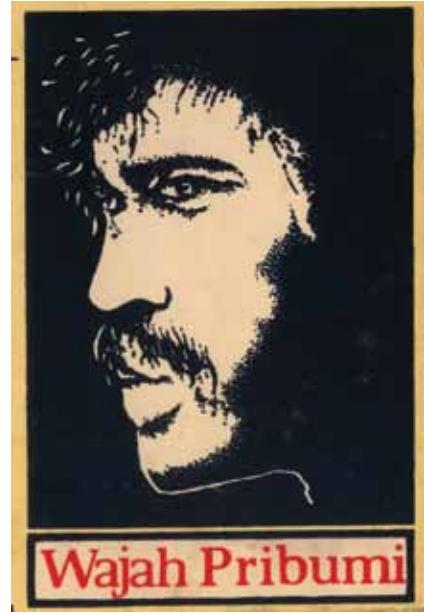
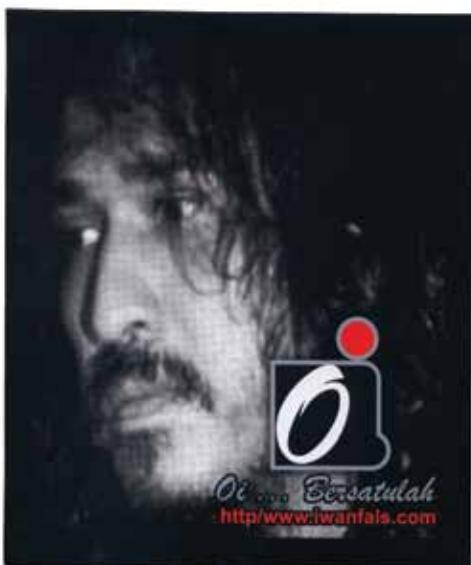














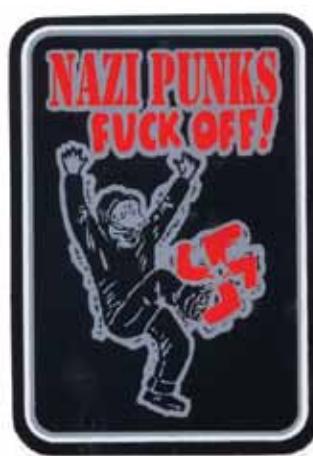
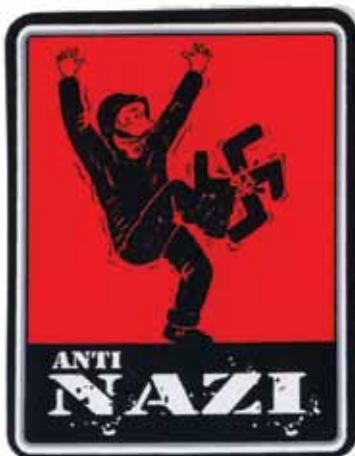
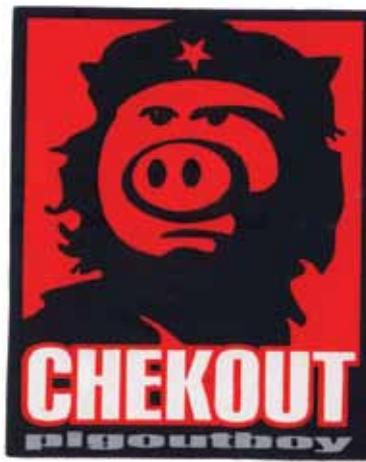


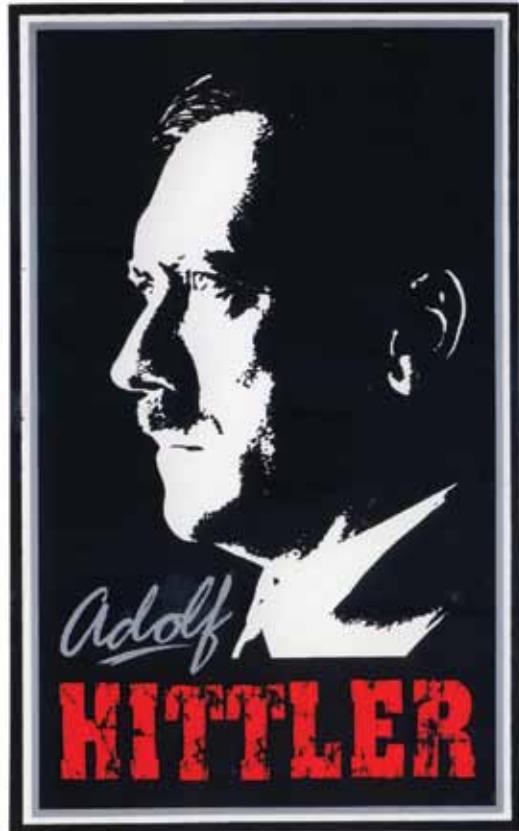


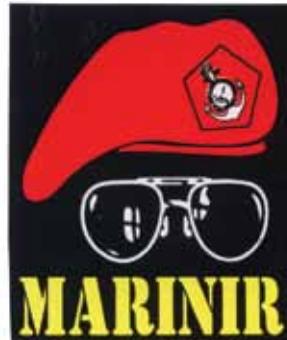


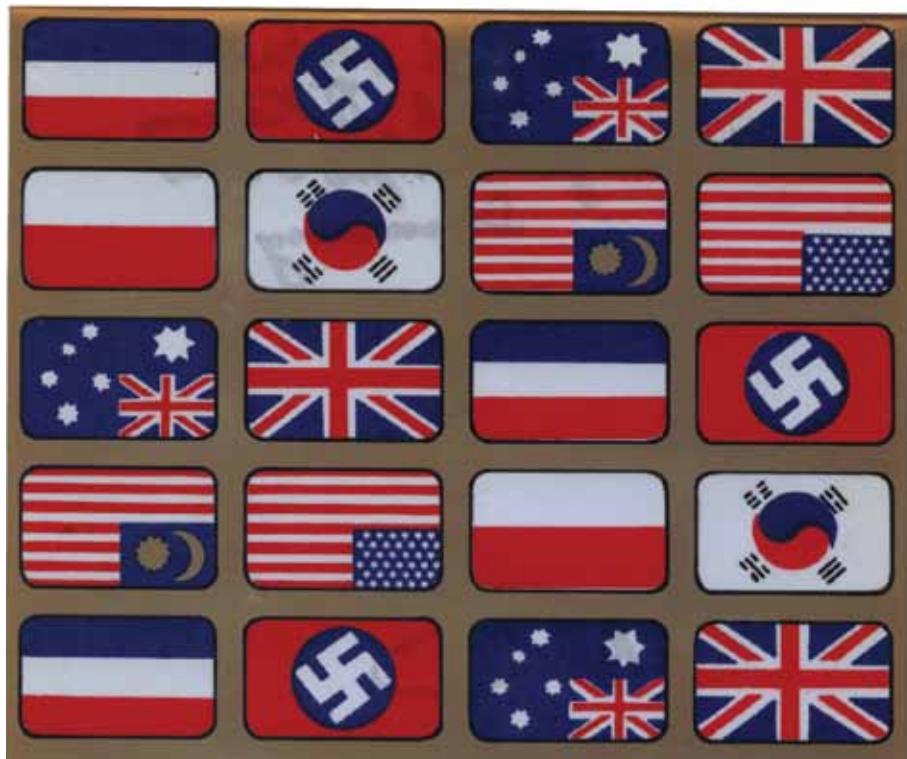


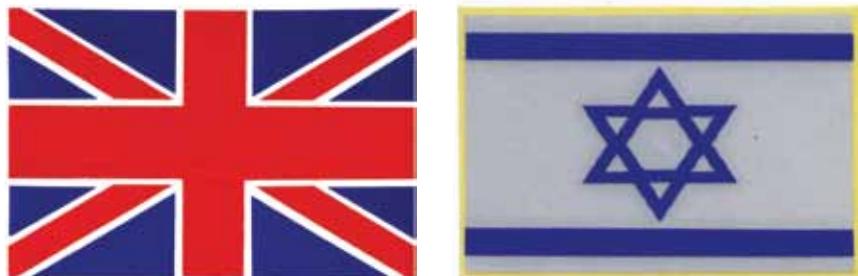








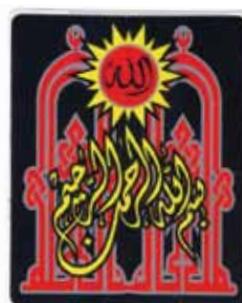


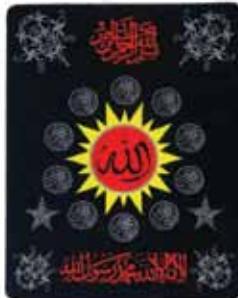






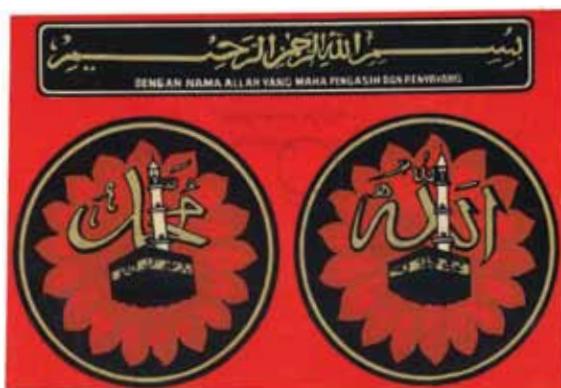










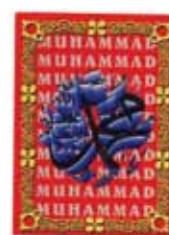




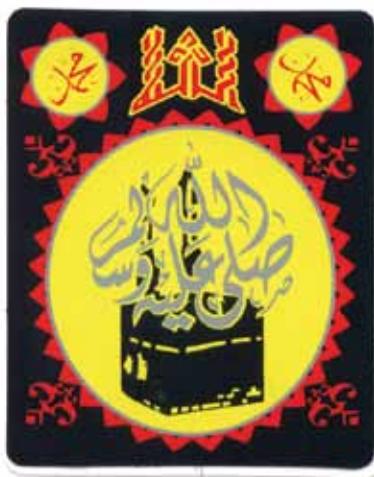


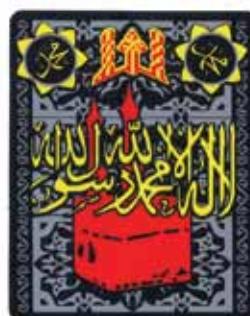














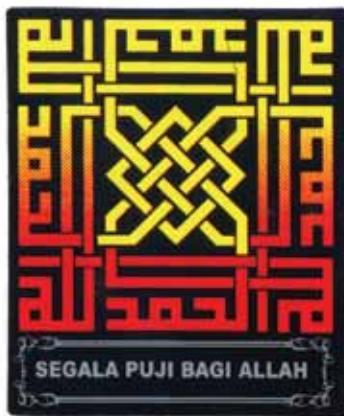
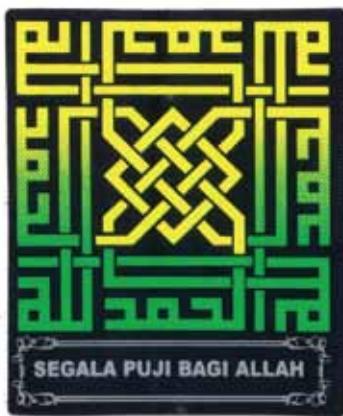
HUWALLOHU

La illaha illallah Muhammadurrosulullah



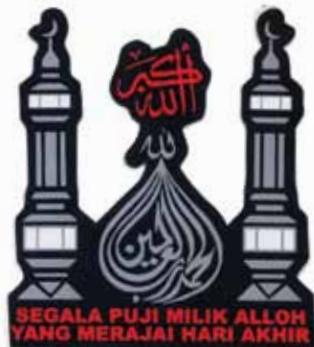






Akhiri Semua Pekerjaan  
Dengan Mengucapkan Hamdaloh

SEGALA PUJI MILIK ALLOH



SEGALA PUJI MILIK ALLOH  
YANG MERAJAI HARI AKHIR



## الْكُرْسِيُّ

AYAT – KURSI

**بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ إِنَّا لَنَا الْحُجَّةُ وَإِنَّمَا يَخْدُو**

AKU MOHON LINDUNGAN PADA ALLAH DARI SYAITAN YANG KEJAM . ALLAH, TIDAK ADA TUHAN MELAINKAN DIA YANG HIDUP KEKAL LAGI TERUS MENERUS MENGURUS MAKHLUKNYA, TIDAK MENGANTUK DAN TIDAK TIDUR.

**لَا سَيِّدٌ لِّلْأَرْضِ إِلَّا هُوَ عَلَيْهِ الْحِلْفَةُ وَمَنْ يَعْصِي رَبَّهُ فَمَا ذَرَفَ**

KEPUNYAANNYA APA YANG ADA DILANGIT DAN DIBUMI. SIAPAKAH YANG DAPAT MEMBERI PERTOLONGAN DISINI ALLAH..TANPA IZINNYA ?

**يَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْضِ إِلَّا هُوَ عَلَيْهِ الْحِلْفَةُ وَمَنْ يَعْصِي رَبَّهُ فَمَا ذَرَفَ**

ALLAH MENGETAHUI APA-APA YANG DIHADAPAN DAN DIBELAKANG MEREKA. SEDANG MEREKA TIDAK MENGETAHU SEDIKITPUN DARI ILMU ALLAH MELAINKAN APA YANG ALLAH KEHENDAKI.

**وَرَبُّ السَّمَاوَاتِ الْأَرْضِ هُوَ أَعْلَمُ بِمَا فِيهَا وَهُوَ عَلَىٰ عَلْمٍ**

KURSI (KEUASAAN) ALLAH ITU MELIPUTI LANGIT DAN DIBUMI, DAN DIA TIDAK MERASA BERAT MEMELIHARA KEDUANYA. DIA MAHA TINGGI LAGI MAHA BESAR.

Albaqarah-255

## الْكُرْسِيُّ

AYAT – KURSI

**بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ إِنَّا لَنَا الْحُجَّةُ وَإِنَّمَا يَخْدُو**

AKU MOHON LINDUNGAN PADA ALLAH DARI SYAITAN YANG KEJAM . ALLAH,

TIDAK ADA TUHAN MELAINKAN DIA YANG HIDUP KEKAL LAGI TERUS MENERUS

MENGURUS MAKHLUKNYA, TIDAK MENGANTUK DAN TIDAK TIDUR.

**لَا سَيِّدٌ لِّلْأَرْضِ إِلَّا هُوَ عَلَيْهِ الْحِلْفَةُ وَمَنْ يَعْصِي رَبَّهُ فَمَا ذَرَفَ**

KEPUNYAANNYA APA YANG ADA DILANGIT DAN DIBUMI. SIAPAKAH YANG DAPAT

MEMBERI PERTOLONGAN DISINI ALLAH..TANPA IZINNYA ?

**يَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْضِ إِلَّا هُوَ عَلَيْهِ الْحِلْفَةُ وَمَنْ يَعْصِي رَبَّهُ فَمَا ذَرَفَ**

ALLAH MENGETAHUI APA-APA YANG DIHADAPAN DAN DIBELAKANG MEREKA,

SEDANG MEREKA TIDAK MENGETAHU SEDIKITPUN DARI ILMU ALLAH

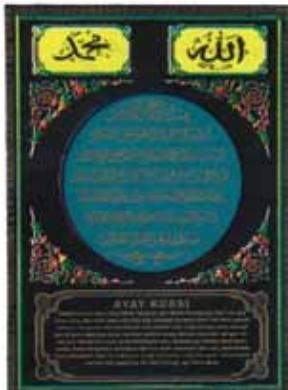
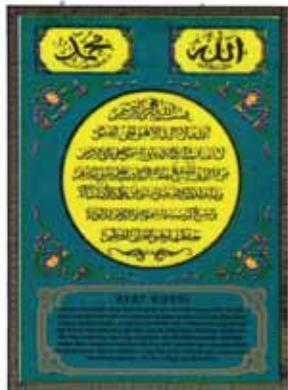
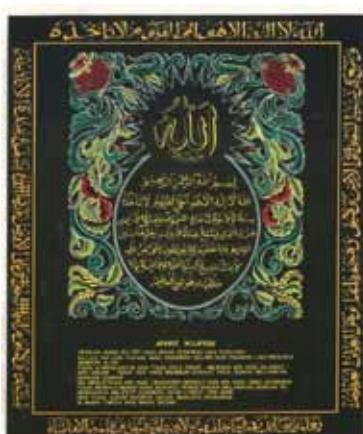
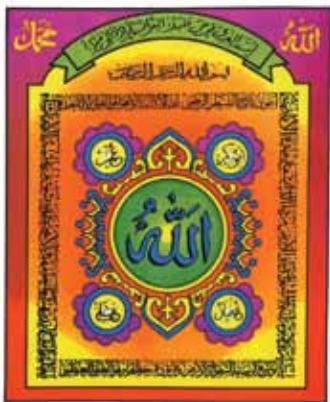
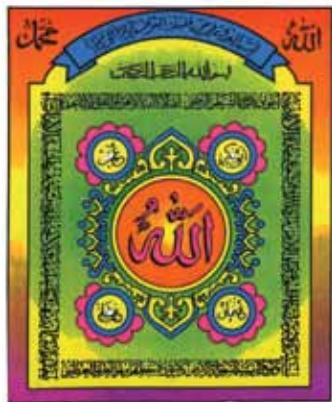
MELAINKAN APA YANG ALLAH KEHENDAKI.

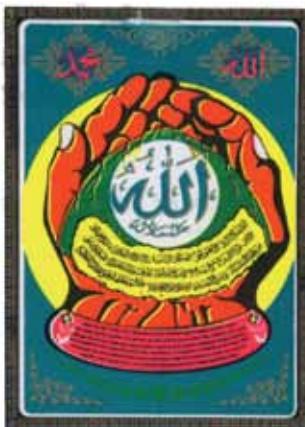
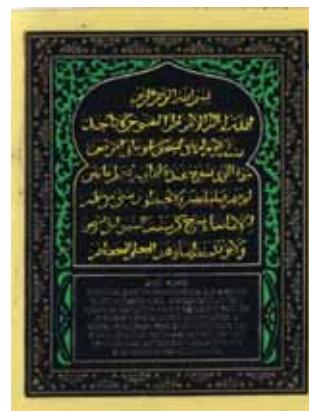
**وَرَبُّ السَّمَاوَاتِ الْأَرْضِ هُوَ أَعْلَمُ بِمَا فِيهَا وَهُوَ عَلَىٰ عَلْمٍ**

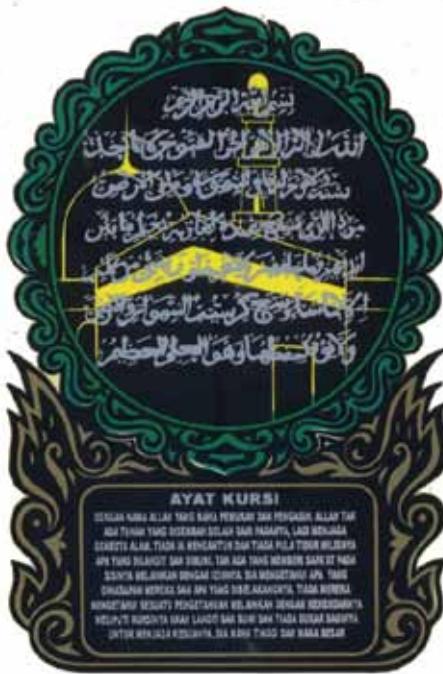
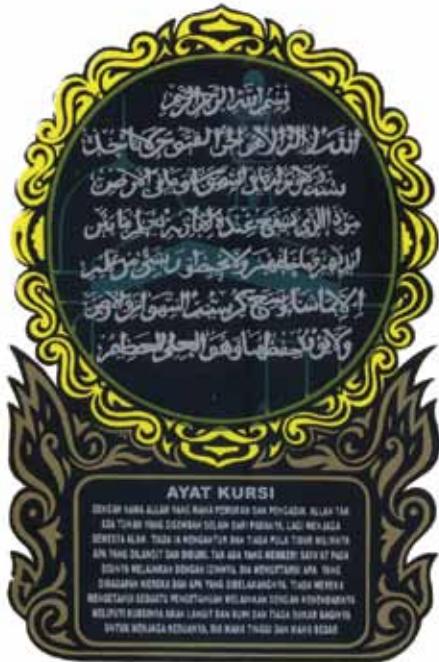
KURSI (KEUASAAN) ALLAH ITU MELIPUTI LANGIT DAN DIBUMI, DAN DIA TIDAK

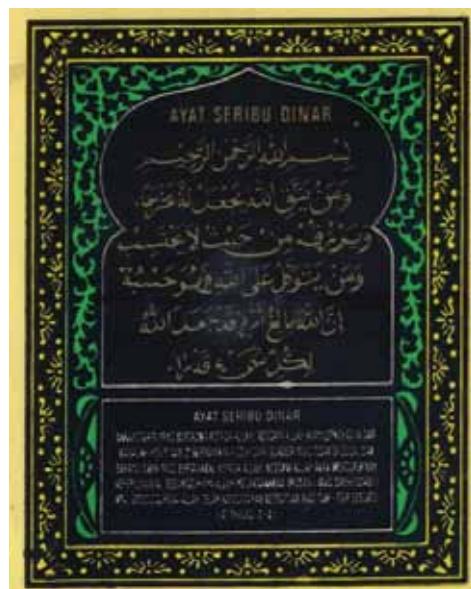
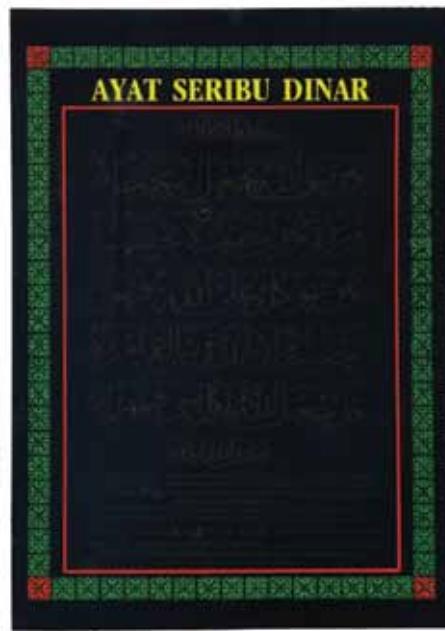
MERASA BERAT MEMELIHARA KEDUANYA. DIA MAHA TINGGI LAGI MAHA BESAR.

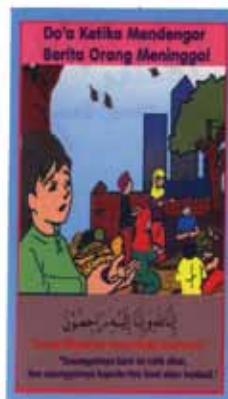
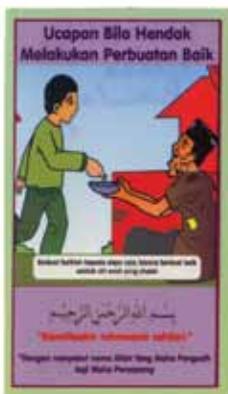
Albaqarah-255



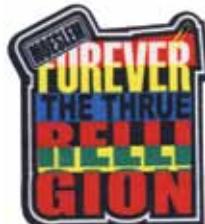


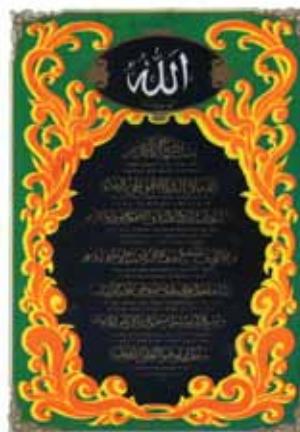
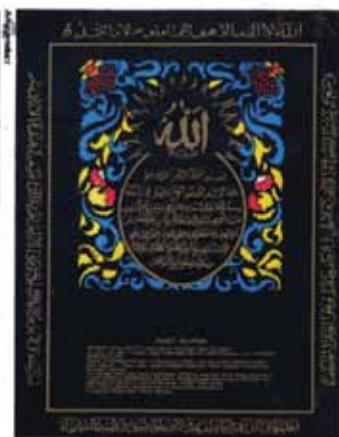
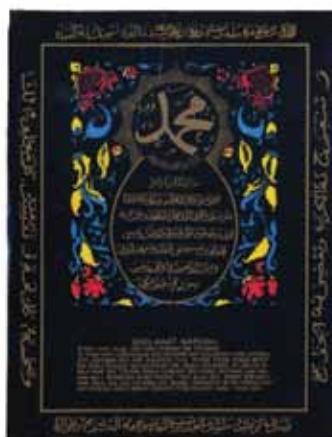


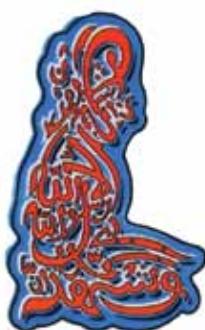


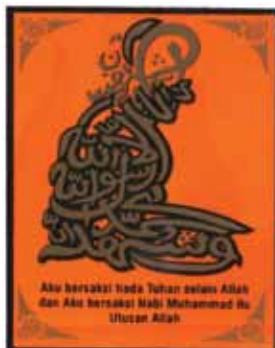
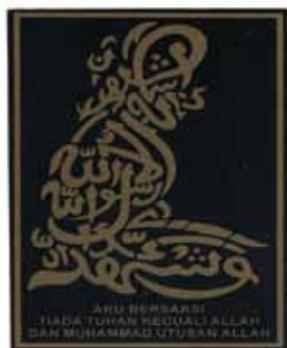
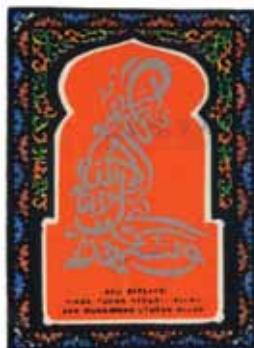
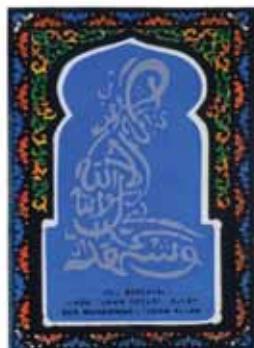
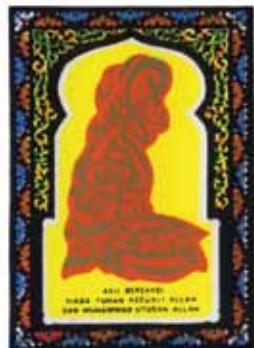
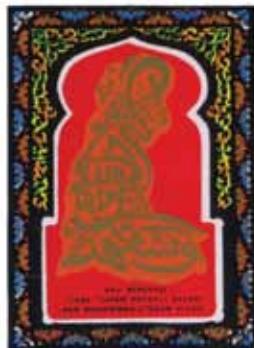
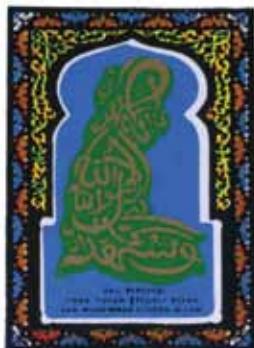










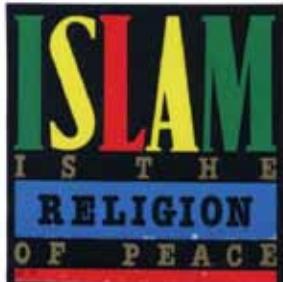


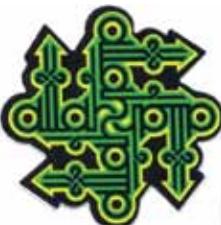
Aku bersaksi Nabi Tuhan sejati Allah  
dan Aku bersaksi Nabi Muhammad Isu  
Utusan Allah.



Aku bersaksi trida Tuhan celain Allah  
dan Aku bersaksi Nabi Muhammad Isu  
Utusan Allah.









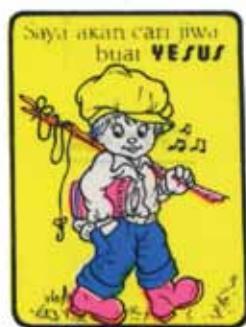






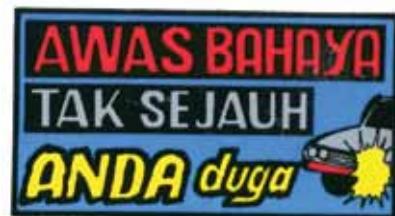








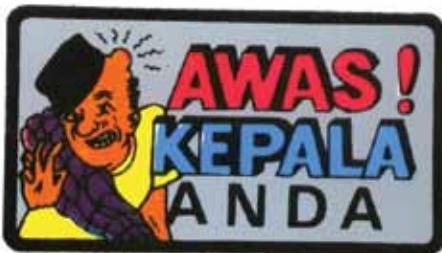












































JAGALAH KEBERSIHAN

JAGALAH KEBERSIHAN

JAGALAH KEBERSIHAN

Buanglah Sampah pada tempatnya!

Jangan MELUDAH PADA sembarang TEMPAT

BEBAS TAPI SOPAN

BEBAS TAPI SOPAN !!

ANDA SOPAN - KAMI SEGAN

SOPAN SANTUN HARAP DIPAKAI

**Sopan santun harap dipakai**

 **DILARANG MASUK**

**- DILARANG MASUK !**

**Yang TIDAK berkepentingan dilarang MASUK**

**Yang tidak berkepentingan - dilarang MASUK**

**Kalau mau masuk harap KETOK 3X**

**PINTU JANGAN DIBANTING**

**PINTU JANGAN DI BANTING**

**HARAP BAYAR UANG PAS**

**Anda perlu barang, Kami PERLU UANG**

*Anda* *Kami* **Perlu** *Waktu*  
*Uang*

**ANDA PERLU UANG KAMI PERLU WAKTU**

**SOPIR TIDAK BRENTI DITEMPAT terlarang**

**Awas Barang Anda Ketinggalan !!**

**AWAS KEPALA**

**AWAS KEPALA**

**HARAP TENANG**

***Sopo durung sholat***

***Sudahkah anda Sholat***

**SEMBAH YANG LAH!**

SEBELUM KAU DISEMBAHYANGI



**DOA IBU SEPANJANG JALAN**

**Habis KENCING harap disiram**

**JELEK2 TAPI BAYAR PAJAK**

**TOILET PRIA**

**TOILET WANITA**

**← TOILET**

**TOILET →**

**← MUSHOLA**

**MUSHOLA →**



**JAGA  
JARAK  
JANGAN  
KE DOLLY**

Ayoo...  
Senam TB-TB  
Turu Bareng  
Tanpo Busono  
alias  
**Kelon .....**

Buah Jengkol  
Rasane Pahit ..!  
Wong Miss Call  
Tandane Pelit.!  
 Tulalit tulait

**MINGGR  
WONG  
NGETOP  
LEWAT**

**ARDATH**  
Aku rela  
ditiduri  
asal tidak  
hamil

**PERGI PAGI  
PULANG PETANG  
PENGHASILAN  
PAS - PASAN  
MALAH NOMBOK  
DASAR APES**

**Aku Suka Kamu**  
Kalau Situ :  
- Cakep, Cantik, Seksy  
Manja dan Molek  
- Murah hati suka dan  
narktir  
- Mau jalan bareng  
Mandi bareng dan tidur

Mau enak main perek  
Mau aman pake durex  
Mau kuat pake irex  
mau gratis pake  
sabun colek

**Aku**   
*bukan*  
**Pilihan**

**MV**  
**MESUM**  
TELEVISION

**ABG**  
ATAS BAWAH  
GINUX-GINUX

**WTC**  
WANITA TANPA CELANA

**ADA TAPE  
ADA SAYUR LODEH  
CAPE DEH ...!**

**MAKSIAT**  
**INGAT ADZAB...**

**TIPE COWOK MENURUT WARNA CO**  
- Merah Tandanya Berani  
- Biru Tandanya Romantis  
- Hitam Tandanya Jantan  
- Ijo Turunannya Kolor Ijo  
- Pink Benci Banget Lu...!

Sekarang jamannya  
motor 4 tak  
tanpa asap/polusi  
yang pake asap  
ke laut aja ...!

Walau badai menghadang  
tetaplah telanjing &  
berdiri mengangkang ...  
Kakak Siap Menerjang

**GOYANG  
DOMBRET**

**AN 4 K**

PEJABAT

**BU 74 NG**

TULEN

**J 4 GO**

GETREK

**T 34 M**

SUZUKI

**R 4 JA**

JALANAN

**KR 3 DIT**

CAPEK DEH

**M 47 RE**

AB 1 S

**D 160 DA**

JANDA

**G 050 K**

ANUNYA

**C 3 WE**

MATRE

**B 454 H**

KOLОРНЯ

**R 4 JA**

GODA

**G 160 LO**

GILIRAN DIGOYANG LOYO

**A 5 LI**

PRIBUMI

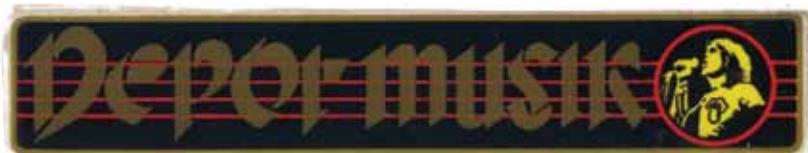
**G 4 JI**

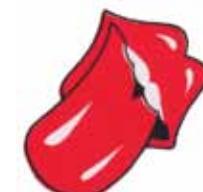
BUTA

**C 3 WE**

KOMERSIL





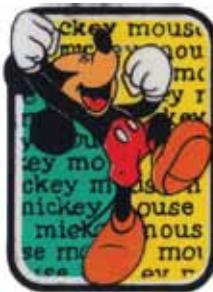












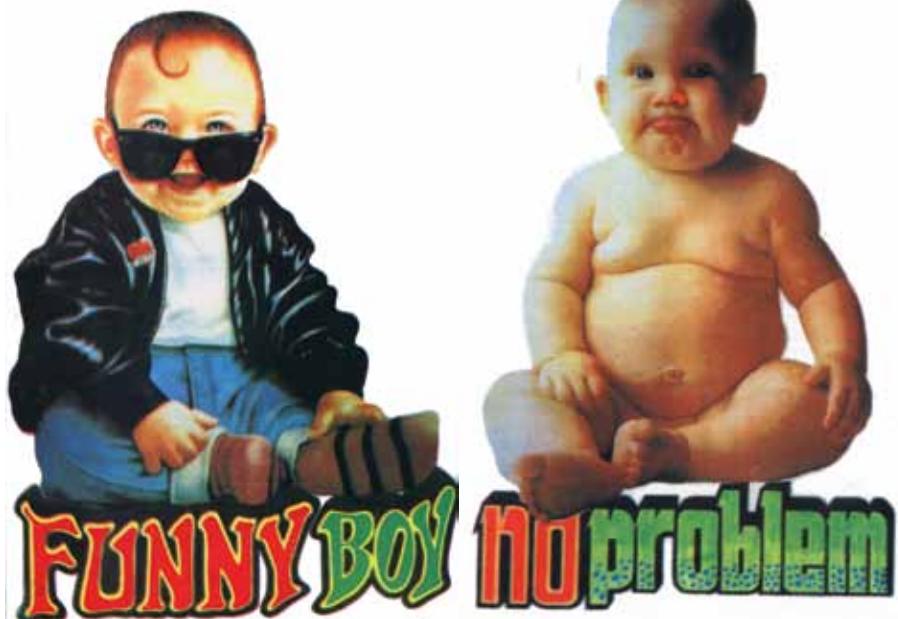




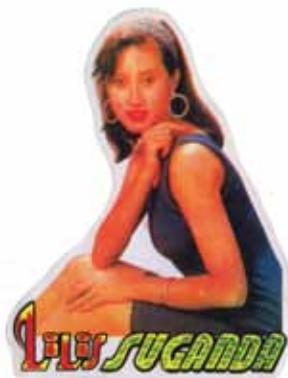


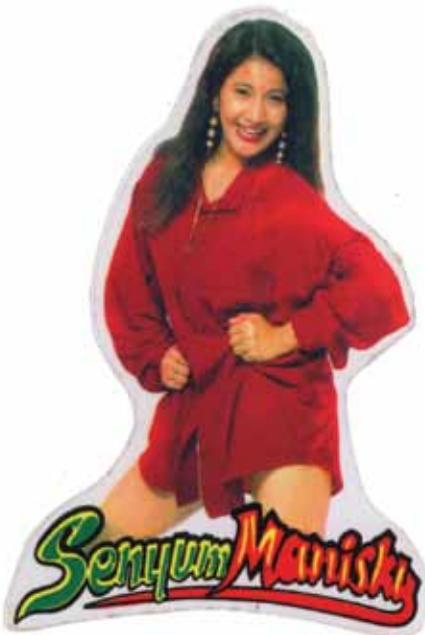


I Love You

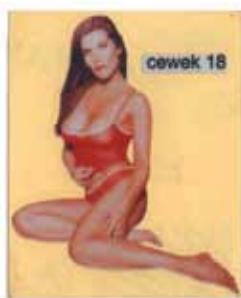


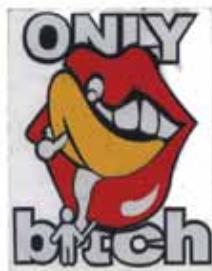
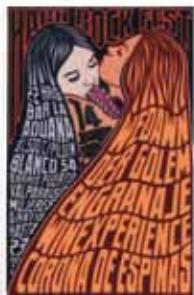
FUNNY BOY no problem

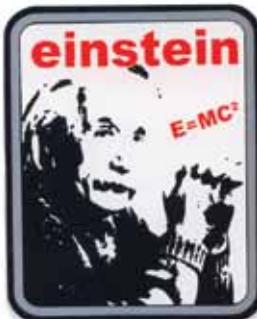


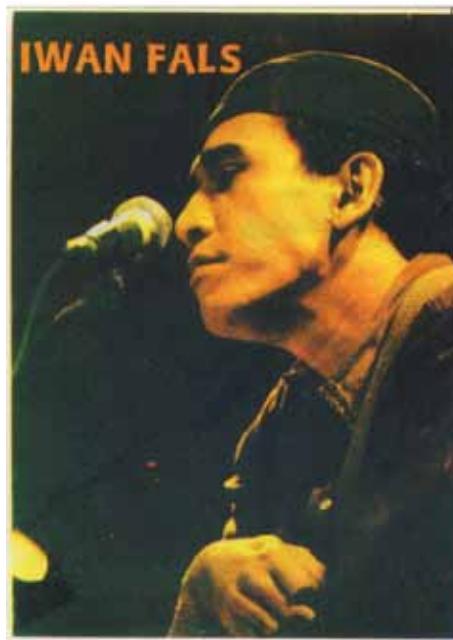
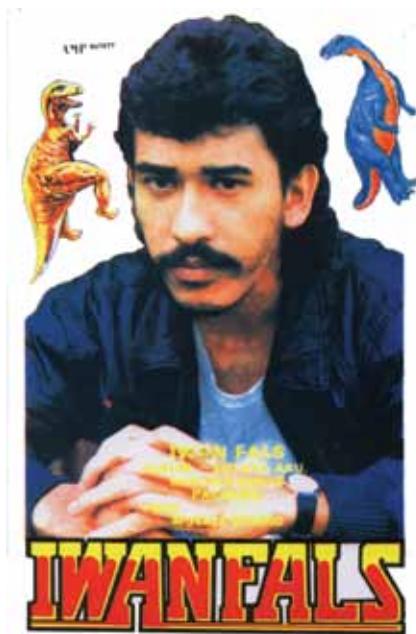


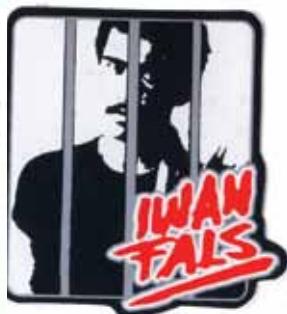
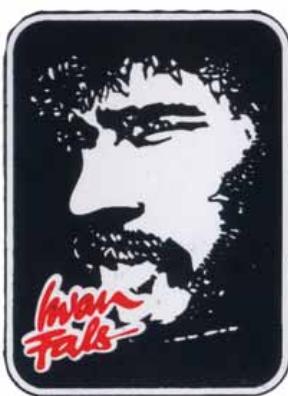


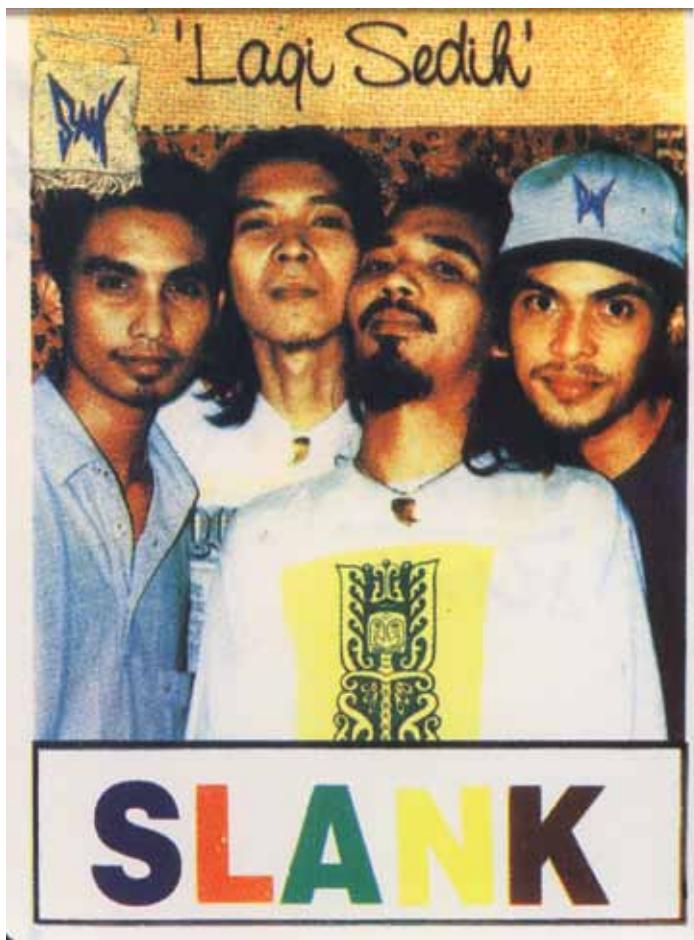


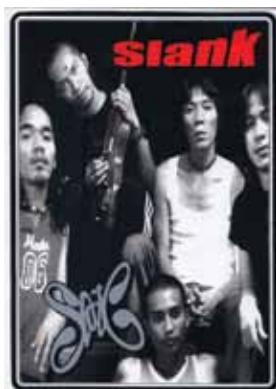
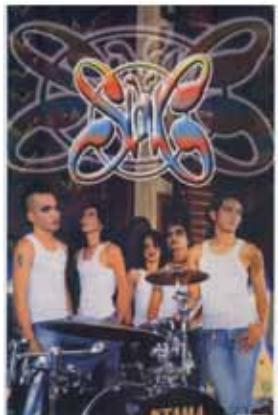










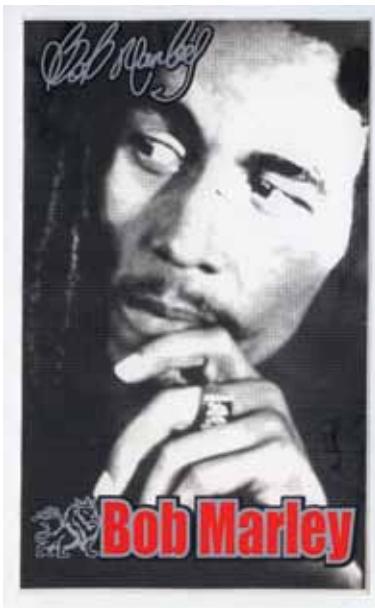






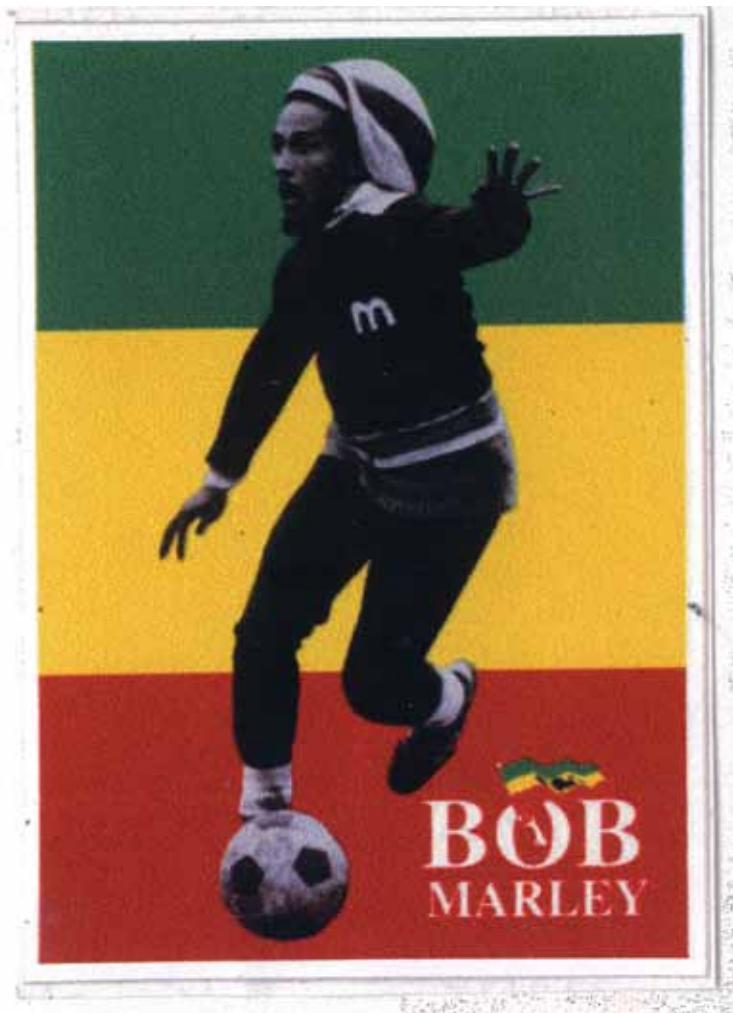


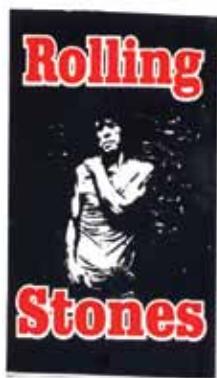






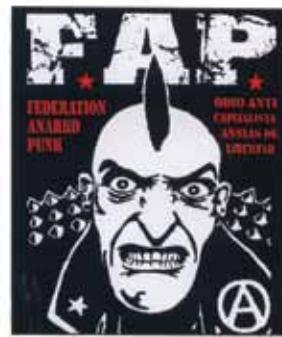
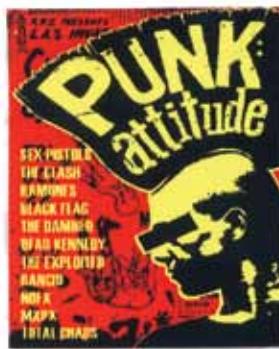
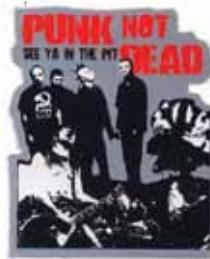






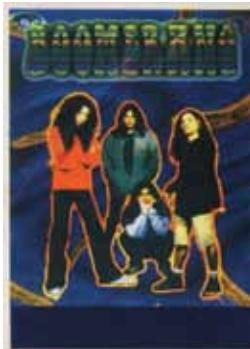
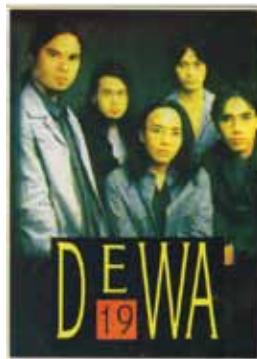
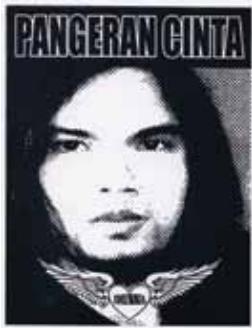




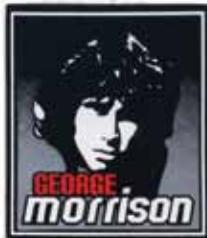
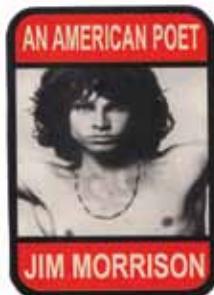
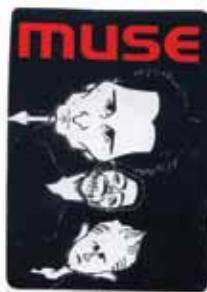
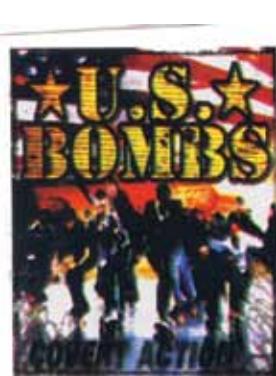


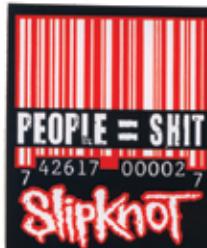
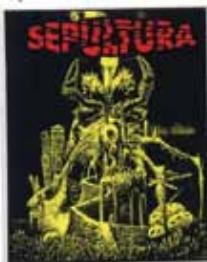








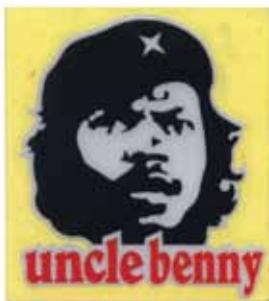














Ojo Dumeh



**CAUTION**

**KUMAT  
E D A N E**

**WARNING**

**LEDA-LEDE  
PERSIS KERE**

**CAUTION**

**TERLALU SERING  
NAIK MOTOR BIKIN  
BOKONG TEPOS**

**WARNING**

**BUKAN UNTUK  
DIMALING**

**WARNING**

**RASAH NGEBUT  
MOTORMU BUNTUT  
TUR RAISOH NGENTUT**

**WARNING**

**KUMAT  
GEMBLUNGE**

HATI CEWEK "GATOT"

"GAGAH & BEROTOT"

SEKALI MBETOT  
NDASMU COPOT..!

BIARKAN ANJING

MENGGONGGONG

KOYO SING  
MOCO !!

BAJINGAN.. MATANE

RA PLERAK PLEROK

SAMPLUK NDASMU  
PO... PI YE !!!

**CEREWET  
TAK OBRAS  
LAMBEMPU**



Peringatan Pemerintah!

**JOMBLO  
JOMBLO  
JOMBLO  
KOPLO!!**

jomblo terlalu lama bikin koplo!

**CIBLEX !!**

CILIX BETAH MELEK  
BODI & WAJAH MOLEX  
ENJOY BUAT NGESEK  
BIKIN MEREM MELEX  
TAPI BIKIN BOKEH

**KALAH BOND  
KALAH RUPO  
ORA OPO-OPO  
PENTING MENANG  
GEDHE TUR DHOWO**

**INI BUDHI  
INI IBU BUDHI  
INI IBU BUDHI  
DIBUBUT' TI BUDHI**

*Cah Solo*

*Cah Pekalongan*

*Cah Moeslen*

*Cah Ndablek*

*Cah Ngawi*

*Cah Kalem*

*Cah Brebes*

*Cah Jogja*

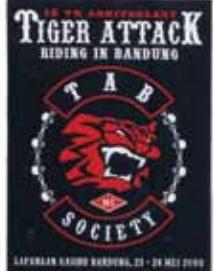
*Barudak Sunda*

*Arek Malang*

*Urang Awak*

*Anak Betawi*





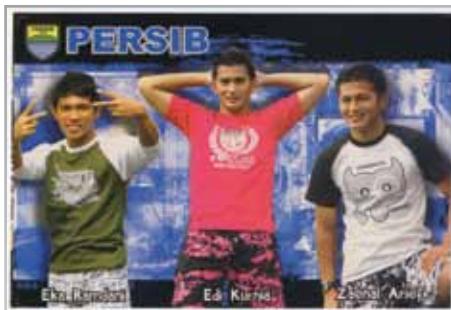
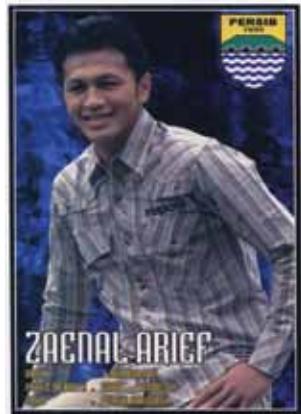














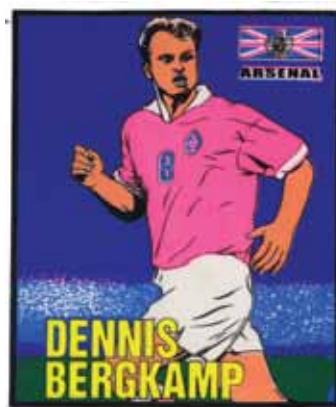
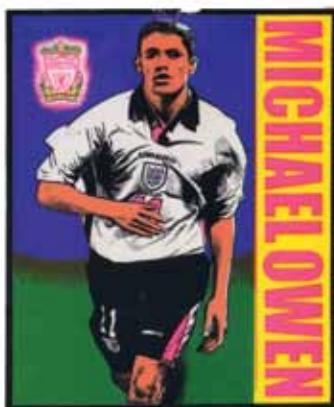
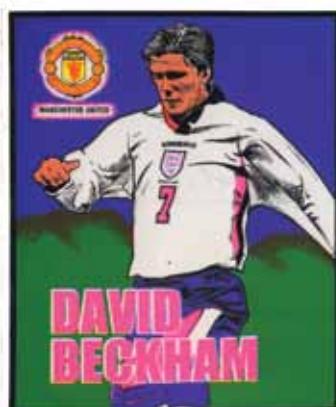
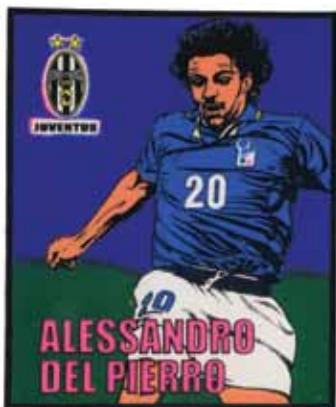














CHELSEA



LEEDS UNITED  
AFC



HONGARIA



ESTONIA  
ESTLÄHTI LIIT  
ALGPALLI



INTER  
1908



DORTMUND



RODA JC



POLANDIA



DEN MARK



COSTA RICA











A A B B C I D X Y A A B B C I D X Y  
E F G G H H I I N N E F G G H H I I N N  
Z J K K L M M P R Z J K K L M M P R  
**S T T U U O O V W S T T U U O O V W**  
E 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 E 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

I Q J O Y

B C E K X Z

9 8 7 6 5

4 3 2 1 0

9 8 7 6 5

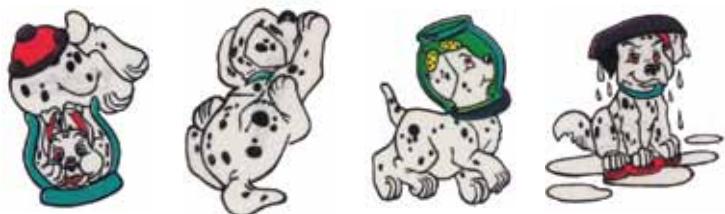
4 3 2 1 0







101  
DALMATIANS









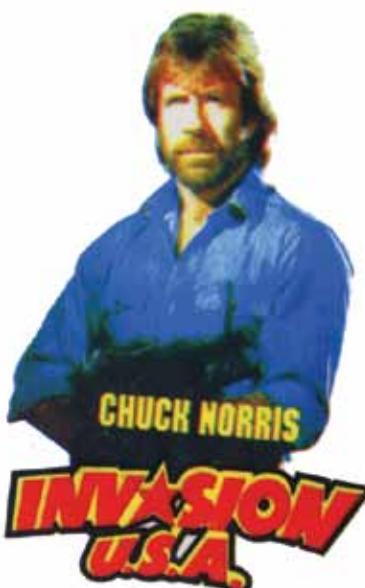
**RAMBO**



**PREDATOR**

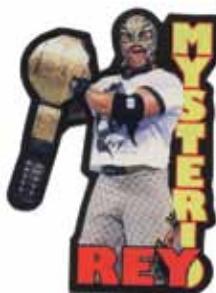


**MIKE TYSON**



**CHUCK NORRIS**

**INVASION  
U.S.A.**













Fiery Phoenix



Goddess Of Fortune



Golden Flower



Super Red Texas



Everlasting praise of Glory



Eastern Maiden



Golden Horn Emperor



Red Flower Street



Lucky Star



Golden Red Pearl

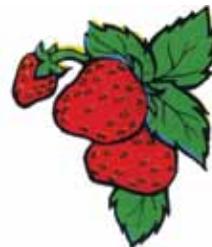


Golden Red Coin



Red Leopard















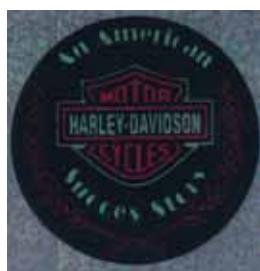




























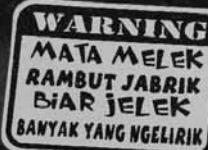




there's no way  
like the



07 - 10



K DAPAT MENYEBABKAN  
IGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN  
IN KEHAMILAN DAN JANIN



x:021-47223  
Jakarta Timur















KEBO DUNGKUL

B 1032 N  
09.09



TEMBERED  
 DINAUNA

**MANFAULS**



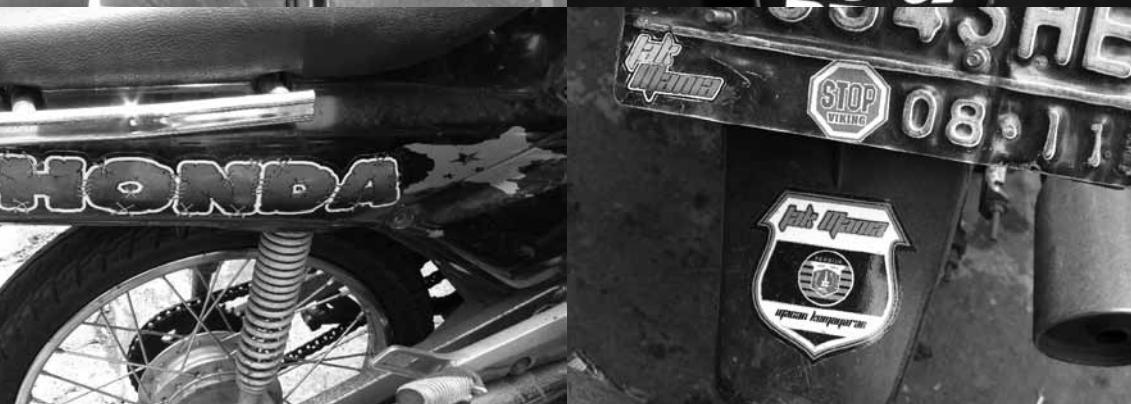
P.37 BLOK.M-MANGKE  
SUDIRMAN-SEMANGGI-  
SLIPL-GROGOL-PLUIT-PUTRA

E 02

PATAS

35

5782018  
07-03

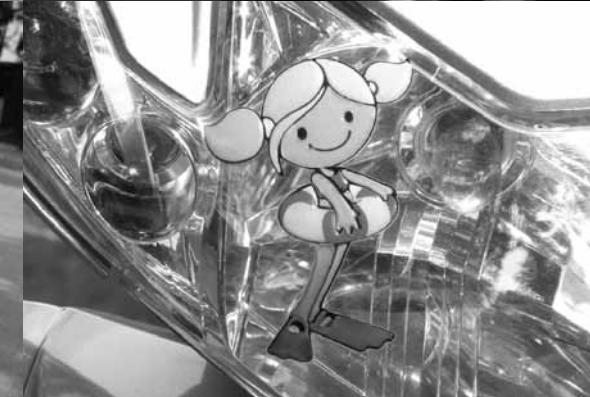


















# FREE BUT PROPER

INDONESIAN GROWING UP IN the country during the eighties would remember various stickers of figures like Soekarno, Indonesia's first president, and the charismatic singer Iwan Fals;<sup>1</sup> or stickers donning the pictures of the "Highway Patrol" falcon, the head of the "Tiger," the chubby "No Problem" baby, and the spike-haired "Honest Girl".<sup>2</sup> Then there were also the Islamic calligraphy stickers usually found on doors in houses, and the "Free but Proper" or "Hotties sit in front (next to dood driver)"<sup>3</sup> stickers usually found in public buses.

We call these stickers 'city stickers.' They adsorb the desires of the urbanites along with their assorted problems and bring them back to the fore. They grow along with the people, witnessing the myriad changes of the passing eras that alter the society and eventually alter them, too. It is a continual process that will always give rise to miscellaneous new stickers.

But where do these stickers come from?

No one can pinpoint with certainty when the stickers started to accompany us. The stickers seemed to emerge just like that. A friend

---

<sup>1</sup> Iwan Fals is a ballad singer who is also one of Indonesia's living legends. His songs capture the social atmosphere of Indonesian living, especially of life in Jakarta. During the New Order Regime, many of his concerts had been banned and cancelled by the authority because the lyrics of his songs were considered as having the potentials of generating riots. His fans established a foundation on August 16, 1999, under the name of Yayasan Orang Indonesia (The Foundation of the Indonesian People).

<sup>2</sup> Original text of the "Honest Girl": *Gadis jujur*.

<sup>3</sup> Original text: *Bebas tapi sopan* ("Free but proper") and *Yang cantik duduk di depan (dekat mas supir)* ("Hotties sit in front...")

remembered, however, that he came across a sticker of Soekarno in Jakarta in 1971. Jakarta in the beginning of the seventies was indeed a city busy smartening up. An effort to produce stickers might surreptitiously sneak in amid the myriad city transactions. Around that time, Soekarno the ex-president died in 1970 and the General Election was held in 1971. Meanwhile, the Reformed Spelling for the Indonesian language was introduced in 1972. From the thousands stickers in our collection, however, we have been unable to find stickers that used the old spelling system. Our afore-mentioned friend could not remember any other stickers beside the Soekarno sticker at the time. The sticker might be produced to commemorate Soekarno's passing—perhaps by the government or any other party. The failure to find stickers using the old pre-Reformed Spelling system makes us rather doubtful. The hunch that the stickers first emerged in the beginning of the seventies is still a mere assumption.

#### THE HOPES AND MEMORIES OF THE MASS

In 2000, we discussed at length the matter of city stickers and other urban prints in our art project entitled "Cetak Urban" (Urban Prints). The results of the discussions have been published in the second edition of *Karbon* journal under the same title. Eight years later, to the time when this research took place, the journal still served as our main reference as we could not find any other reliable references. We could not find enough information from the various books on art and design, aside from the mere opinion saying that stickers are simply a part of the "mass culture."

Being a mass product, the stickers number in abundance. Seeing the thousands stickers in our collection, it seems that it would be almost impossible to sort them out in major categories. There are too many interlinked, intermingled pictures and texts, all affecting one another. We manage to gather our collection of stickers not only from Jakarta, but also from Bandung, Yogyakarta, Semarang, Malang, and Surabaya. There are no strict limitations regarding the stickers' points

of sales, whether or not one sticker is sold in a certain city. It is thus impossible to talk about the city stickers in Jakarta without talking about their relationship with other cities. In other parts of this book, you can see how the various tendencies found in these stickers have fluid boundaries.

City stickers make commercial the images that once prevailed and are prevailing in the urban society, and are therefore fleeting in nature. However strongly an image stays in the market, its existence still relies on the buyer. It has no underlying infrastructure that produces the allure and illusions on needs, unlike commercial advertisements of the various big corporations and companies in the mass media. Such transience creates the need for the stickers to be continually produced, thus generating an abundance of images. There are pictures of automotive brands, fancied females, bands, soccer teams, flora and fauna, religious texts, or of figures, be it coming from the political or the cartoon world. All the images keep on evolving, in keeping with the era and the shifting appetites of the consumers.

The buyers' appetite and the mood of the era are not invariably in harmony with the speed of the producers to "grab" the images of the era. Even today we can still find stickers of Soekarno or Che Guevara, although they have long died. Their images are continually produced with new designs, unsurpassed by other popular figures such as the "Honest Girl," Sally Marcellina,<sup>4</sup> and Desy Ratnasari<sup>5</sup>—all of them are disappearing from the market. The absence of new popular figures was related to the still low acceleration of information distribution. It was only after the rapid spread of information through televisions,

---

<sup>4</sup> Sally Marcellina was popular as a star in sexually-charged movies of the late eighties and early nineties in Indonesia. She was catapulted into stardom thanks to the movie *Misteri Janda Kembang* (Mystery of the Sexy Widow, directed by H. Tjut Djalil, 1991).

<sup>5</sup> Desy Ratnasari is a movie star, model, and singer. Two of her films are *Si Kabayan Saba Kota* (Kabayan Goes to Town, directed by Maman Firmansjah, 1989) and *Blok M* (directed by Eduard Pesta Sirait, 1990). In the nineties, she was considered as the hottest celebrity and the most expensive actress in Indonesia.

internet, and the freedom of the press—especially after the demise of the New Order Regime in 1998—that new popular figures started to appear on stickers. Lately, we also found the sticker with the image of Tukul Arwana,<sup>6</sup> the highly popular host of the talk show *Empat Mata* (Face to Face) in the Indonesian TV station of TV7, complete with the name of the show. Naturally, the sticker was produced before the show had a problem with the Indonesian Broadcasting Commission, its production stopped, and changed with another show entitled *Bukan Empat Mata* (Not Face to Face).<sup>7</sup>

In this case, Ronny Agustinus's statements in the second edition of *Karbon* journal remains relevant: that “the only image that can survive through each and every whims and wills of the market is the image of hope [...] that never departs from that of the communal hope, or communal memory, which has been reconstructed in the mind of the mass, handed down from generation to generation.”

The stickers of the surviving figures are evolving massively, besides still being distributed in their original forms. As would be expected from other city artifacts, the city stickers inform us about the idols of the urbanites, “Those who can free them from pain.”

#### THE “FREE” AND THE “PROPER”

Eventually, the most significant point of reference is the stickers themselves. As visual print products, the stickers serve as the media of communication through their appearance, be it in the form of pictures, words, or both. There are two kinds of messages: the “proper” ones,

<sup>6</sup> Tukul Arwana is a comedian and a talk show host, especially known for his penchant of making fun of his looks. His career started when he worked with other comedians at the Radio Humor SK, a radio station known for its comedy programs. He started to become well-known when he accompanied the then-child star Joshua in the video clip entitled *Air* (Water), in 1997. He became even more popular when he hosted the *Aduhai* music show in the TPI TV station and *Dangdut Ria* in Indosiar TV station. His career skyrocketed as the host of the talk show *Empat Mata*. In 2008, he starred in his first movie *Otomatis Romantis* (Automatically Romantically) as the husband of actress Wulan Guritno in a marriage on the verge of a breakdown.

and the “free” ones. The “proper” messages are generally in the form of wise lessons or injunctions, usually related to religious or civilized morals. Such messages can be found in the stickers that tell us to “Maintain Cleanliness” or “Pray before You Die”.<sup>8</sup> Meanwhile, the “free” message usually contains puns, humorous or erotic, that would be familiar to the public.

The two general tendencies naturally presuppose two large groups of buyers: those who believe in hope, and those who play with hope. The first would be the “culturally proper” group, while the latter is “culturally free.” The terms ‘proper’ and ‘free’ are taken from the sticker that proclaims its status as “Free but Proper,” which once signified a prevailing national attitude on the part of the authority, to respond to the popular artistic expressions, an era of the Five Yearly Developments of the New Order, when many forms of popular lifestyles and art bloomed, from movies, novels, to romance comics.

#### **RELIGIOUS STICKERS: *MY LIFE IS IN YOUR HANDS, LORD***

Religious stickers are one of the “proper” stickers. There are only two religions found in the city stickers: Islam and Christian, with Islamic stickers as the dominant products due to the status of Islam as the religion of the majority of Indonesians. Almost all the Islamic stickers don Arabic calligraphy, and others contain prayers for children, warning stickers that remind one to “Prioritize Praying,” or such messages as “Islam Never Die” or the recent “Moeslem not terrorist” (*sic!*).

From the nine styles of Arabic script called *khat*, the Naskhi style, which is the simplest one, is the one most often encountered in stick-

---

<sup>8</sup> Original text: *Sholatlah sebelum kamu disholatkan*, which literally means “Pray before you are being prayed for,” alluding to the Islamic practice of praying for a dead person.

ers with Islamic calligraphy.<sup>9</sup> Most of the Islamic calligraphy stickers present either one's profession of faith in God and the prophet Mohammad, the saying of the name of God to begin everything, or praises to God for all the blessings. From the stickers of Islamic calligraphy books sold in many places because they all have precisely the same forms and curves, or perhaps they have been written using the Arabic symbols in the Microsoft Word software.

Meanwhile, for the stickers with Koranic verses, there are only two complete verses, *Al-Fatihah* and *An-Naas*; respectively the opening and closing verses in the Koran. The *An-Naas* verse is often used as a pray to prevent Satan from disturbing humans. Other stickers with Koranic verses only present fragments from long verses.

In the Islamic stickers there are only two dominant images: the Kaaba and the shahada text forming the image of a praying figure. The Kaaba as the holiest site for Moslems probably signifies the dream of many Indonesian Moslems to do the hajj pilgrimage to Mecca. Meanwhile, stickers with the shahada text, in keeping with its form of a praying figure, is often found in mosques and praying rooms. This is one of the old stickers that have been around for quite a while and apparently will be around for some time still.

From all the Islamic stickers in our collection, however, we find no stickers with Koranic verses or traditions that promote respect among fellow humans. There is only one sticker in our collection that advocates respect among fellow Moslems as they are considered as members of the family. There are, however, many verses in Koran itself with the theme of tolerance among fellow human beings. Further-

---

<sup>9</sup> Nashki is a form of cursive, flowing Arabic script developed in the Turkish Seljuk period of the 11<sup>th</sup> and 12<sup>th</sup> century Middle East. It is the form of script most often used in the Arabic calligraphy in Indonesia because it is the easiest to make and read as it does not require precise mathematical logic, unlike the Koufi script, and also because it uses punctuation and reading marks, unlike many other scripts.

more, there are no stickers with the verses or traditions that promote the need to transform one's quality of life. This proves that producers of such stickers simply take ready materials from calligraphy books, because in the books there are indeed no verses or traditions with the theme of tolerance or ones that advocate the need to transform one's quality of life.

Meanwhile, for the Christian religious stickers, the most abundant images are those of Jesus and Virgin Mary. The rest consists of how humans understand Jesus, whether as Savior or Counselor, Navigator or Redeemer, as well as cartoons with texts of praises and hopes. The most unique sticker is the one with the picture of open palms (of God's), with the text of "My Life is in Your Hands, My Lord." There is a small rectangular hole in the middle of the open palms, where the individual can place his or her picture so that it would appear as the individual is truly in God's hands. The sticker often decorates covers of Bibles or other books, and is one of the most memorable stickers in the collection.

#### **THE CLASSIC TEXT STICKERS: UGLY BUT BONA FIDE**

In the text stickers, we can find "proper" messages, or ones that are "free." In keeping with our category, texts are dominant in such stickers. Although there might be pictures, they serve as an illustration to the text. The stickers are different from other stickers that tend to make use of figures, forms, or brands with certain images—such as the figure of Bob Marley that is identical with reggae, the idea of freedom, or marijuana. Without the help of images other than the text and the simple illustration by the producer, the text stickers might suffer from less chance of being bought if the content is not intriguing enough, which might serve as a weakness or precisely pose a challenge for the producers. As it turned out, text stickers eventually serve as the best reference for the mood of an era.

There are many types of text stickers. The oldest text stickers have been in distribution since the seventies—we name them 'clas-

sic text stickers.' These stickers have larger fonts compared to the text stickers of the subsequent eras. There are no certain design tendencies other than the use of particular colors: yellow and orange for human skin, and pink, yellow, blue, green, black, and sometimes gray for other pictures. The stickers have a variety of frames—rectangular, curved, or with additional decorative features. These manually drawn stickers were clearly not made by one person. The characteristics of the pictures are identical with those of the pictures found in romance comics of the seventies.

The classic text stickers convey many messages—ranging from lessons, general messages, words of wisdom, to harsh saying such as “Life isn’t heaven.” The most common theme is about means of transportation, often referring to cars and public transports, ranging from stickers with the text of “Slowly but Surely” with the picture of a car, to ones that remind Moslems to “Say the name of Allah 3x before you get on.” On the stickers with the theme of public transports, the text is usually related to the driver, ranging from the warning that if the “Driver wild, death awaits,” praise for the “Ideal Driver,” to flattery to the “Darling Driver.”

Material comforts provide another dominant theme, whether in the form of acknowledgement of ownership or self-defense regarding one’s personal and economic weaknesses. Sometimes the text still refers to vehicles. We can find stickers proclaiming of being “Slow but safe” and having “Complete licenses” with the picture of an oxcart or horse; a humorous take regarding one’s inability to own a car, an urbanite’s dream, by ironically presenting images of the village. In another sticker, we can find such saying as “Poor but disturbing no-one,” “Don’t peddle; borrowed objects,” “Ugly but bona fide,” and “Don’t cry over poverty.”

The classic text stickers do not talk much about women and eroticism, unlike the contemporary stickers. Imagination of women in the sticker of “See, don’t touch” is gained through the sketch of a woman in lingerie. Without the picture of the woman, the text, which seems to

borrow from the language of injunctions regarding objects in a show window, might refer to any other product. Meanwhile, in two stickers with exactly the same text, the change of picture easily changes the meaning inferred. The text of “Pay today, free tomorrow” with the picture of a man paying will drastically have a different sense as the picture is changed with that of a woman clad only in a piece of towel.

Most of the text stickers are humorous indeed, whether the teasing “Proclaim love when not in debt” or the truly ridiculous one like “Breaking up isn’t special/butting out is dismal/breaking brake is fatal.” The humorous effect of such stickers can also occur due to the passing of time. Today, we might smile reading the text of “Life and love are a struggle.”

#### **WARNING TEXT STICKERS: OLD, SMOKY, BUT POPULAR**

In 1995, around two decades after the emergence of the classic text stickers, a new kind of stickers emerged: the Warning, Caution, Danger text stickers (subsequently called ‘Warning’ text stickers), with numerous other variants. The use of such warning words is not necessarily related to the main content because it serves mostly to attract attention. Design-wise, these stickers are easily seen, adopting the design of street signs in the form of yellow triangles with black frames, although lately there are many variations of designs. In such stickers, apparently made with the help of computers, one can no longer find decorations such as those found in the classic text stickers. The outline of the Warning text stickers is much neater, more precise, symmetrical, with fonts that can be easily read from afar. The material used to make the stickers is the special shiny paper that the sellers call ‘graftac’ paper.

Compared to the classic text stickers, the Warning text stickers are much more to the point, cheeky, expressive, erotically charged, wilder and “freer,” to the extent that sometimes they make no sense at all. In these stickers, English and colloquial form of language are rife, whether in puns or in freewheeling translations. There are only a few “proper” lessons encountered in such stickers.

We can see, for example, several Warning text stickers with the cheeky “acronyms” such as “Bobby: Boy Bully” (Bobby being a name that has a stronger urban tinge)—this is unlike the classic text stickers that never prints names—or “Widow: wait not.”<sup>10</sup> They also produce translation as they please, as evident in the sticker of “FUCK: *Sialan/KER: Keren.* FUCKER: *Sialan Gw Mang Keren,*”<sup>11</sup> or “UNDER: di bawah/STAND: berdiri/UNDERSTAND: Di Bawah Berdiri!”<sup>12</sup> with the symbol of a penis. Then there are also the risqué texts of “Better being blown than blowing a ciggy” or “Bumps allowed for Babes.”

#### THE UGLY AND THE POOR ON THE CITY STREETS

In relation to the matter of the city, several topics discussion developed and showed certain shifts from the classic text stickers to the Warning text stickers. The theme of transportation is still popular, but there is a shift from cars and public transports to motorbikes. The matter of transportation is not only referred to in the text but also inferred in the placing of the stickers—and the text and the placement then influence and strengthen each other. The Warning text stickers are generally affixed on motorbikes. Whichever comes first—the text or the placement—many of these stickers seem to have been produced in order to be affixed on the back of a motorbike, a case in point would be the Warning text stickers of “Tail me if you dare” or “Overtakers R dolts”.

With the increasing humor in the Warning text stickers, the lessons and words of wisdom such as those found in the classic text stickers decreases. There are wider varieties of messages and expressions;

<sup>10</sup> Original text: “*Bobby: Bocah Biadab*” and “*Janda: Jangan Ditunda-tunda*.”

<sup>11</sup> Strictly speaking, this is not a translation, but more a play of word—“*Sialan*” being an interjection that here functions as the “translation” of the F-word, while “*Keren*” is roughly similar to “cool.” According to this sticker, therefore, F\*\*ker means “F\*\*k I’m so cool!”

<sup>12</sup> This is also a play of translation, “di bawah” being a direct translation of “under” and “berdiri” a direct translation of “stand” or “erect.” Understand, as the sticker want you to believe, means “the one under is erect.”

it is as if both the producers as well as the consumers of the stickers nowadays are in greater need of humorous messages in order to face the harshness of the city streets.

The problems of material comforts and self defense regarding physical and economical weaknesses, however, have not been thoroughly abandoned. Such phrases as "Mediocre bikes with cool owner" seem to exude a greater self-confidence compared to the "ugly but bona fide" found in the classic text stickers. But they are more or less the same. The word 'cool' excuses the 'mediocre' while 'bona fide' excuses the 'ugly.' We can observe, however, the shift in the desire of the mass. Formerly, 'bona fide' was more important than 'ugly,' while now being 'cool' is more important than being 'mediocre.' Several Warning text stickers present casual acceptance of one's weakness, for example the sticker of "ORSU/Orang Susah" (literally: poor person) or "Poor and rich, all the same." Personal weaknesses still become a topic of discussion, but people have started to respond differently to it.

#### THE DISTRIBUTION OF THE CITY STICKERS IN JAKARTA

At the time of the writing of this book, centers for the sales of stickers in Jakarta are in "Asemka" Morning Market, North Jakarta, and the Gembrong Market, East Jakarta. From these points of sale, the stickers are bought in bulk by retail vendors who then sell them in street-side kiosks, in the markets, or in the seasonal fairs. Some of the stickers are sold during the day, others at night. Generally, the vendors are not selling their wares individually, but rather along with other vendors selling other objects. During our observation, the most-visited location is along the road that borders the eastern wall of the Ragunan Zoo in South Jakarta. On the 100-meter long stretch of roadside full of vendors, there are four stickers-sellers.

There have been no data regarding the number of stickers bought in bulk by retail vendors at the centers of sticker sales; it all depends on the capital capability of the retail vendors and the demands of the buyers. From the centers of sales, we eventually found out that the big-

gest sticker producers are in Bandung, Semarang, and Surabaya—not in Jakarta, the capital city, which should actually be better able to produce the stickers with the tinge of the big city.

The Warning text stickers with the “contemporary” design and style of language began in Repost, a sticker factory in Bandung that started its production around twelve years ago. Meanwhile, the stickers produced with the cutting technique originated from Semarang. What we sought most, however, was the oldest sticker factory. We had only one clue in hand: a label that we often find in both the old and new stickers—the label of ‘AMP Prod.’

#### **AMP PRODUCTION**

Our source informed us that ‘AMP Prod’ was situated around the Bungur Asih Terminal, Surabaya. However, according to Mr. Purnama—the owner of one of the stickers shops at the back of the Atom Market, Surabaya—sticker shops in Surabaya are currently supplying stickers mostly hailed from Bandung, and there are not many stickers produced in Surabaya. He told us that AMP was not situated in Surabaya, but rather in Pakisaji, a village in the Regency of Malang, East Java.

The information was intriguing. How could the stickers that we call ‘city stickers’ originate from a village? It was a village with the typical scenery of a single main road with houses along the road and vast rice fields in the background. How did the design process actually take place? Have there been exchanges of information regarding the urbanites’ attitudes and preferences? Is this merely about commercial production, as we have commonly assumed?

AMP actually stands for “Adi Mas Putra”—which literally means “younger brother, elder brother, and son,” referring to a form of family business. The factory is situated on the main road of the village of Pakisaji. When we came for the interview, Mr. Kusnadi and Mrs. Pujowati, the proprietors, welcomed us warmly and told us nostalgically about the beginning of their sticker enterprise.

Although in many cases Kusnadi was not able to pinpoint exact dates or years, he still remembered when he started his business, i.e. in 1977, the year when as a twentyone-year old young man he married Pujowati. Kusnadi maintained that before him, there had been no stickers like the ones he made; there were only labeling stickers for motorbikes or other products.

Kusnadi is the only child of a poor family. He left school when he was in the fourth year of the elementary school in order to work and have his own money. He was employed as a sugar-cane worker to around 1974, when he worked as a courier in a sticker factory owned by the businessman Koh Beng, in the village of Karang Duren, the Regency of Malang. The factory produced stickers for labeling motorbike parts and various can products. Day after day, Kusnadi rode his bike delivering the negatives to be printed and glued in Malang. The activity led him to know more about screen-printing, something that the proprietor had kept secret from other workers. In 1977, along with his wife and brother in law, Haryanto, he decided to produce his own stickers.

Gradually, Kusnadi started his business. He began with two small tables in his house, producing fewer than five hundred stickers everyday; all of them were sold to retail vendors and shops in Malang, Surabaya, Blitar, and Jakarta. The stickers were produced in retails for five years. All the while, other sticker producers emerged in Semarang and Surabaya, and probably in other cities that escaped his attention.

Kusnadi's business grew after he received the order to produce stickers of the logo for the event of Koranic Recitation Festival (MTQ) in Kalimantan in the beginning of the eighties. Then in 1995, a label sticker factory in Semarang closed down and gave its list of retail vendors to Kusnadi. AMP distribution network reached Bandung, Purwokerto, Solo, and Cirebon. His stickers had once been sold to Malaysia, and Kusnadi had seen his Islamic sticker in a mosque in Mecca, when he went on a hajj pilgrimage with his wife after 1998. It was in 1998, when the economic crisis hit Indonesia, that Kusnadi's business

enjoyed significant profits. His stock of stickers in the warehouse that exceeded those of other sticker factories, which were unable to continue their productions, turned out to be much sought after. From then on, the business has kept on growing.

Like other factories situated in Pakisaji, AMP employees are mostly local people. In the eighties, he had as many as 150 employees. As Kusnadi increasingly mastered the nitty-gritty of the production, the production became more efficient and the work flow became better. With a stable production, he now needs only 75 employees. From all his employees, 54 are woman. Although female employees rarely work for a long stretch of time due to various household affairs, Kusnadi finds that the performance of the female workers has overall been better, more precise, and neater compared to the male workers. The remaining male workers are mostly those who have been working with him since the beginning of the enterprise.

AMP's first stickers were the classic text stickers. In designing the stickers, Kusnadi always collaborated with various draftsmen. All the designs have been the result of the collaboration among them as well as with the vendors, who often give inputs and raw materials in the form of text, images, and photos, with Kusnadi's still holding the final say. For the "sexy pictures"—Kusnadi's term for stickers of female pictures—and other photographic stickers, the pictures are mostly scanned calendar pictures, with the original pictures supplied by the vendors. He then adds such texts as "Honest Girl" or "No Problem." He still holds the negatives of the old stickers in store, so that he can screen-print them again whenever the stock depletes. Some of the images, for example those on the Islamic stickers, have been given new, brighter colors. He subsequently also produces Warning text stickers in the style of the Repost factory of Bandung.

We can easily recognize AMP's stickers on the street. Besides its recognizable pictures that most of us would remember from our childhood, AMP stickers can also be recognized from the material that is different from the one used in stickers from other cities. Unlike Band-

ung stickers that use shiny materials, or the Semarang stickers that are famous for their cutting technique using the cutting machine, AMP stickers are screen-printed over the imported mica-plastic sheet from China, with the negative placed upside-down over the plastic sheet. The plastic sheet is then affixed onto the paper that has been screen-printed by glue. With such a technique, the pictures reside on the inner side of the mica-plastic sheet, making them more long-lasting as they are not exposed directly to the sun. This technique also enables AMP stickers to be affixed on to the glass panes and seen from the other side as transparent stickers, as we can see on the glass panes on the buses, microbuses, and *bajajs* (the small and noisy three-wheeled passenger cars made in India).

Seeing the stock of stickers in the AMP warehouse during our visit, we came to realize the abundance of the stickers that AMP has produced so far. Almost seventy percent of the stickers that have been distributed in the market were produced by AMP.

### IMAGINING THE CITY

The fact that city stickers have been produced from a village signifies the effort to imagine the city. In practice, it is obvious that the process of designing the city stickers has been taking place fluidly. There have been reciprocal processes in which images are conveyed and communicated. There are draftsmen imagining the city, the vendors who adsorb the desires of the respective urban societies in which they are selling their wares, the buyers who every now and then suggest about what kind of stickers to be produced, and the factory that eventually determines the kinds of stickers to be produced.

In the beginning, the city can only be seen as a point of destination, due to the large market and public it offers. Here the imagination also takes place: what kind of stickers that the urban society would be interested in? If we take the assumption of AMP's being the original producer of the city stickers, the imagination on the city would not be immediately referred to Jakarta, but rather to the cities around AMP,

for example Malang, Surabaya, and Blitar, which are its first points of distribution. Imagining the city, however, is not restricted by the location, and Jakarta has been taken as the ideal image of the city, answering the dreams of many.

Jakarta after the era of the highly popular governor Ali Sadikin in 1977—the same year when AMP started to produce stickers—was a friendlier, more humane capital city compared to what it had been ten years previously. The price of oil skyrocketed, and in the eighties, when Indonesia was still a net oil exporter, experienced an economic boom that would forever change its visage. A new middle class was formed and more people moved to the cities. A variety of consumptive products were found in abundance. Amid the hip and glittery images of the time, the stickers assumed a greater communicative role in the cities.

Here Jakarta served as a symbol of prosperity. It was an illusion that was never really meant to impart a greater verve to the city, but rather to take something from it. Jakarta became a place of transit. The harsh life in the city would be tolerated as there were not many opportunities in the towns and villages anyway. People would do anything to fulfill the dream of having enough money to spend a comfortable life in the village or town of birth after retirement. For many, however, the dream would be shattered as the initial illusion turned into bitter reality.

Still, the image making efforts over Jakarta takes place incessantly, through the Indonesian movies in the seventies up to today's soap operas. The capital city with her heavy traffic, skyscrapers, and shimmering night lights serve as the perfect complements for the ultimate city lifestyle. No amount of "justice operations" can cancel out such al-

lure.<sup>13</sup> It is an enticement for people to embark on a trip, even for those urbanites who are already in Jakarta.

The city has forced out the memories of the village of birth while still not thoroughly welcomed the new residents. In the social struggle between the economic classes, the people who have been marginalized as a group eventually need to scratch around for the memories of their origins, the villages that they cannot completely forget as these villages provide the stable basis for identity.

If we review the design process of the city stickers, it would transpire that what the producers have in mind are the immigrants in the big cities who somehow still cling to the memories of their villages of origin. This is apparent in the city stickers that are found in greater abundance in the public transportations in Jakarta than in any other cities. This is exactly the locus where the city stickers play their role. All the defining traits of identity of the people cannot materialize amid the lack of public spaces, which would consequently block various channels of expressions. The stickers are required to express all the things that have been silenced, to serve as the media for stuttered speeches. Religion, nationalism, as well as social and moral messages serve as the basis for the people to somehow maintain their identity, with all the pertaining desires and hopes that are contained in those messages. As soon as the buyer affixes his or her sticker, identification takes place. It is as if the act of affixing the sticker has restored stifled identity.

But the city keeps on changing, as does the forms of identity that the people strongly need. From the text stickers we can observe the

---

<sup>13</sup> Justice Operation is an effort by the Government of the Special Capital Territory of Jakarta to address an assortment of delinquencies. Since the nineties, the operation has been mostly geared toward illegal residents. People with no original ID cards of Jakarta would be forced out of Jakarta. The targeted group has been the lower class people. This is a desperate attempt by the regional government overwhelmed by the huge influx of immigrants from the villages.

shifting desires regarding the preferred vehicles. The theme of cars in the classic text stickers gradually shifted to refer more to motorbike, in keeping with the greater accessibility to motorbikes thanks to the provision of loans for motorbikes. The phenomenon is related to the emergence of Repost in 1995, the sticker factory in Bandung whose stickers are now in strong competition with AMP stickers. This new player in the sticker business comes from a younger generation. The artisans do not come from villages, but from crowded urban kampongs on the fringe of the city, in the area of Pasirkoja, Bandung. The new producer responds to the city differently, especially through its Warning text stickers.

Meanwhile the newcomers in the city are gradually adapting. They have probably silenced their desire to own cars, are tired with the public transportations, and now have motorbikes that move nimbly around the intricately hectic city streets. The classic text sticker of "Slowly but Surely" with the picture of a car has been replaced by the Caution text sticker that says "The culture of slow makes you low," affixed on the motorbikes. The city dwellers are increasingly used to images. Along with the more rapid flow of information, the image of Kurt Cobain, since his suicide in 1994, can stand side by side with the image of Soekarno. There are increasing number of music-related communities and their respective stickers. Even two or three well-known brands can be combined with certain images to form a sticker with an entirely different meaning.

We might imagine that the buyers of the stickers come from the lower and low-middle classes, especially because those stickers are originally known as 'public transport stickers,' which are often seen as lowly because the public transportation vehicles are identical with commoners. In fact, public transportations serve as the highest achievement for sticker distribution, and perhaps for any kind of distribution for that matter. Ideally, good quality public transportations should be used by people of all social strata. Unfortunately, what occurs in Indonesia is precisely the opposite. Public transportations are

seen as belonging to the lower classes. Today, however, how do we explain how the same sticker could be found affixed both on an expensive car and a *bajaj*, the humble, noisy bug of Jakartan street? City stickers have never focused on certain buyers anyway. They only relate to the people who experience rapid blending of identities in the city rife with myriad of images.

The sticker buyers seem to have become more realistic and relaxed in their attitude toward life, although it does not necessarily mean that they have finally obtained better living conditions. They respond differently to their social and economic inadequacies, realizing that while life might not be sumptuous, it might still be “cool”—and perhaps by acting “cool” they can blur the reality because, just as one of the Warning text sticker say, “Poor and Rich All the Same.” They can casually accept Mickey Mouse’s message to maintain cleanliness, as well as Winnie the Pooh’s appeal to say the name of Allah before they knock on a door. The serious and even sacred messages have been relaxed with the casual play of images.

Lately, we have also found stickers written in different languages of the various ethnic groups. There seems to be a greater confidence in using the ethnic language in the stickers that tend to have “free” messages. They are, however, only a few of such stickers; most of them are making excuses regarding the physical and economic inadequacies, just as commonly found in any other text stickers. What is interesting, however, is the fact that there is today the need to communicate in a more local, intimate level, something that was not previously found in the stickers.

This might very well be related to the demise of the centralized authority and the social impact of the regional autonomy, which might give rise to new views on the increasingly plural city. The city, in essence, is the site where all things plural exist side by side, without any feeling of awkwardness. There is the question, however, of whether the growth of other cities will again serve as a state of transience?

There is also the widening social and economic gap among the city dwellers. The decrease in the number of the “proper” city stickers and the increase in the “free” city stickers might indicate how the city dwellers, or at least the ones buying the stickers, deal with their daily challenges with the help of their sense of humor. The humorous messages in the later city stickers are far from moral messages, whose traces had still been apparent in the humorous messages of the classic text stickers. Although the potentials of the humorous messages had been obvious since the era of the classic text stickers, the later form of humorous messages are far wilder and more expressive. Humors seem to serve as the only means to kill anxiety, to liberate the self of all things rigid, to loosen the nerves from the stress that the harshness of the city life has created. It is a form of resistance against the authority but without the desire to actually resist, as it functions more as a form of indirect therapy among the consumers of these stickers.

#### THE ACT OF AFFIXING STICKERS, THE DEED OF RECLAIMING IDENTITIES

Stickers have a natural potential to be a free medium. The casual act of assigning meaning to the stickers becomes interesting as there are differences in the meaning given by the producers, the vendors, and the buyers. The producers might make the stickers purely for profits. The subsequent process of meaning appropriation, in the form of the imagination of the city, takes place only when the stickers are about to be designed. There are, however, no “proper” tendencies in the process of production as a whole. All varieties of humorous, erotic, or religious stickers can be produced by the same sticker factory. Although there might be different placing of the “free” and the “proper” stickers in one production sheet, it would be mostly with the objective of making it easy for the producer to categorize the stickers, especially for their archiving needs—although it is possible that it might be a form of their “self censorship,” which would eventually be insignificant since the production sheet will be cut into individual stickers anyway. The

buyers would know nothing of the different or common placing—all they see in the market would be the individual stickers.

After the stickers have been sent to the market, the producer no longer has any power over the stickers. The vendor will then treat the stickers similarly: there will be no clear separations between the “proper” and the “free” stickers sold in the kiosks. Stickers of Soekarno might be placed next to stickers of Soeharto or sexy women. Everything will be mixed up. This might be because of the small space provided in the kiosks. If there is some form of separation, it is only for the religious stickers that are sold separately, away from the “free” stickers. In several places, for example in the Jatinegara market, there will be one shop or kiosk selling only religious stickers—although this might be more due to the specific target market in a certain point of sales. There seems, however, to be no special signification or reverence given to the religious stickers.

In the chain of distribution, the buyer will eventually have the greatest power to assign any special meaning to the sticker. The buyer has nothing to do with the efficiency of production, archiving, or the lack of space in the vendor’s kiosk. The buyer can assign any sacred meaning to the sticker.

But why do we affix those stickers?

Aside from the need for self-identification fulfilled by the act of affixing a sticker, the use of sticker might also signify territorial presence, in which everything is eventually related to the effort to communicate messages and the spatial awareness. Both the producers and the consumers of the stickers have this spatial awareness. The AMP stickers of “Free when you get on, pay when you get off” or “Hotties sit in front (next to dood driver)” have been produced with the awareness of where the stickers would finally be affixed. Such spatial awareness has become even stronger in the subsequent stickers, especially in the Warning stickers.

At the end of the day, it is the buyer who will perform the act of giving meaning to the space. The sticker of “Free when you get on, pay

when you get off" will certainly lose its meaning if it is stuck on the door of a house like the religious sticker presenting the name of Allah. Such stickers must be placed in the appropriate place in order to have an appropriate meaning. It is the buyers who will determine where other stickers, which have originally been produced without any spatial awareness in mind, will be affixed to signify territorial presence or ownership of objects.

Someone who affixes the sticker of Islamic calligraphy on the door wants not only to assert his or her religious identity, but also to communicate this identity to the guests, as well as to signify his or her territorial presence religiously. Stickers of Islamic calligraphy are often found on front doors, upper section of the wall, mirror, or drawer. It is almost never encountered in bathrooms. There is a certain spatial awareness here pertaining to the content of the sticker. This is akin of the attitude of reverence among Moslems who will refuse to take the Koran to the bathroom. Due to its religious aspect, its distinct form, and the reverence given to religion in the collective memory of the mass, this sticker is the one that suffers the least from intrusion, compared with any other stickers.

#### THE SOCIETY AND THE STICKER, CHANGES UPON CHANGES

Gradually, a shift in the point of view of the people might occur due to the changes in the stickers. The increasingly greater abundance of "free" stickers will undermine the value of the "proper" stickers. Such lessening value of the "proper" stickers might also due to the fact that many "proper" stickers have also changed in line with the changes of the era. The aura of sacredness imparted by the Islamic stickers produced by AMP, for example, might lessen when Repost produced similar religious scripts with brighter colors and more stylish fashion. In other stickers, the lessening value is even more profound. How do we explain the adoration to Che Guevara, whose image has been fiddled with and the name transformed into the cheeky, nonsensical phrase

of “Chewe Gue Parah”<sup>14</sup>? How do we explain it if it turns out that the sticker is actually bought by those who had initially admired Che Guevara and bought his stickers?

Gradually, with the increasing number of stickers that are not only “free” in proclaiming the current desires of today’s urbanites but also play with the previously “proper” images, there will be a shift of perspective among the public in their attitude toward something. One day, someone might think that Mickey Mouse is a cartoon figure from Indonesia as the mouse presents fluent Indonesian in its frequent appearances in the stickers. Only stickers with the strongest values are able to survive indefinitely—without denying the shifts that might appear in the changing designs.

Only then do artistic creations not only serve as a reflection of reality, but the opposite might also be true: reality might be the reflection of the artistic creations. The image that will survive might well be the image of hope, but how people see hope will change along with the passing of time. Stickers, like any other aspects of reality in many Indonesian cities, are a form of transience. You can observe closely the stickers presented in this book, you might smile and even laugh, but as you close the book, the stickers on the street will have changed and increased.

*Tebet, South Jakarta, December 9, 2008*

---

<sup>14</sup> Literally means, more or less, “My chick’s far out”

## **TENTANG PARA PENYUSUN**

UGENG T. MOETIDJO adalah seorang peneliti, penulis dan pelukis. Ia pernah menjadi editor jurnal *Karbon* yang diterbitkan ruangrupa pada 2000-2002. Selain sesekali terlibat dalam penulisan naskah teater di Jakarta, ia aktif di Forum Lenteng, dan sejak 2008 menjadi Koordinator Penelitian & Pengembangan ruangrupa.

ARDI YUNANTO lahir di Jakarta, 21 November 1980. Setelah lulus dari jurusan Arsitektur di Institut Teknologi Nasional Malang pada 2003, ia kembali ke Jakarta, kota di mana ia dibesarkan. Sejak 2004 bergabung dengan ruangrupa, dan sejak 2007 menjadi redaktur utama untuk www.karbonjurnal.org terbitan ruangrupa. Selain menulis dengan sangat tidak produktif tentang kota dan seni rupa, ia juga bekerja sebagai peneliti untuk beberapa proyek seni-budaya, editor buku, dan desainer grafis, sambil terus mencari waktu untuk menulis cerita pendek.

ADE DARMAWAN lahir di Jakarta, 1974. Ia pernah kuliah di jurusan Seni Grafis, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta. Pada 1998, ia melanjutkan studi ke Rijksakademie Van Beeldende Kunsten Amsterdam Belanda (State Academy of Fine Art) dan ketika kembali ke Indonesia pada 2000 ia mendirikan ruangrupa, dan pada 2006-2009 menjadi salah satu anggota Dewan Kesenian Jakarta.

MIRWAN ANDAN lahir di Watampone, Sulawesi Selatan, 10 November 1980. Ia pernah kuliah di Jurusan Sastra Prancis, Universitas Hasanuddin, Makassar dari 1999 sampai 2004. Pada 2005 ia bekerja sebagai reporter seni-budaya dan produser Program Diskusi Interaktif di Kantor Berita Radio 68H, Utan Kayu, sambil bekerja untuk urusan Komunikasi di Kelola Foundation sampai 2006. Ia bergabung dengan ruangrupa sejak awal 2007 sampai sekarang sebagai peneliti di bagian Penelitian & Pengembangan. Kini ia melanjutkan kuliah di Jurusan Ilmu Politik di Universitas Indonesia, dan tertarik dengan kajian Budaya Tanding. Ia juga peneliti untuk [www.karbonjournal.org](http://www.karbonjournal.org) terbitan ruangrupa.

ANDANG KELANA lahir di Jakarta, Mei 1983. Sejak 2003 aktif sebagai pengurus di Forum Lenteng dan sejak 2008 menjabat sebagai Sekretaris Jenderal dan salah satu jurnalis jurnal *Footage* terbitan Forum Lenteng. Ia sempat kuliah di Jurusan Periklanan, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) namun tak selesai, bekerja sebagai Associate Art Director di salah satu biro iklan di Jakarta, dan kini ia juga bekerja lepas sebagai desainer grafis, pembuat video, dan peneliti.

RANI ELSANTI, penerjemah dan editor lepas, lahir di Bandung, 10 November 1973. Sewaktu masih remaja pemarah, ia bawel menyatakan kebenciannya pada kota-kota besar, terutama Jakarta—tapi itu sebelum dia tahu bahwa ada lebih banyak penerbitan di Jakarta daripada di kota-kota lain di Indonesia (mungkin kecuali di Yogyakarta). Kesukaannya pada buku, bahasa, dan kata-kata (dalam urutan itu) mengatasi segala ketidaksesuaian lainnya dan membawanya ke ibukota, tempat dia sekarang bisa ditemui *cengengesan* di metromini, menonton hiruk-pikuk kehidupan kota, dalam perjalanan ke rapat-rapat editorialnya. Dia masih percaya bahwa Jakarta kota gila, tapi kini sadar bahwa kegilaan itu pandemik. Bagaimana pun, semua kota bahagia mirip satu dengan lainnya, tapi kota gila, gila dengan caranya sendiri-sendiri. Rani sekarang menerjemahkan untuk [www.karbonjournal.org](http://www.karbonjournal.org).

## **ABOUT THE CONTRIBUTORS**

UGENG T. MOETIDJO is a researcher, writer, and painter. He was an editor at the *Karbon* journal in 2000 – 2002. Besides being involved in writing plays in Jakarta every now and then, he is active in Forum Lenteng and since 2008 works as the Research and Development Coordinator for ruangrupa.

ARDI YUNANTO was born in Jakarta, November 21, 1980. After graduating from the Department of Architecture at the National Institute of Technology in Malang in 2003, he returned to Jakarta, the city where he grew up. In 2004, he joined ruangrupa and has been working as the editor in chief for www.karbonjournal.org since 2007. Besides writing tremendously unproductively about the city and art, he also works as a book editor, researcher for several cultural projects, and graphic designer, all the while trying to find time to write short stories.

ADE DARMAWAN was born in Jakarta, 1974. He studied at the Department of Printmaking, Indonesian Art Institute (ISI), Yogyakarta, and in 1998 he went to study at the State Academy of Fine Art (Rijksakademie van Beeldende Kunsten), Amsterdam, the Netherlands. As he returned to Indonesia in 2000, he established ruangrupa. He's a member of Jakarta Art Council from 2006 to 2009.

MIRWAN ANDAN was born in Watampone, South Sulawesi, November 10, 1980. He studied French Literature at the University of Hasanuddin, Makassar, from 1999 to 2004. In 2005, he worked as a reporter on art and culture, and as a producer for Interactive Discussion Program at the Radio 68H Newsroom, Utan Kayu, while working as a communication officer at the Kelola Foundation until 2006. He joined ruangrupa in the beginning of 2007 and has been working there in the department of research and development. He now continues his study in the Department of Political Science, University of Indonesia, and is interested in Counter Culture. He also does researches for [www.karbonjournal.org](http://www.karbonjournal.org).

ANDANG KELANA was born in Jakarta, May 1983. He has been active in Forum Lenteng since 2003 and in 2008 became its Secretary General and one of the journalists for the journal *Footage*, published by Forum Lenteng. He had studied at the Department of Advertising, Institute of Social and Political Sciences (IISIP) but left it unfinished, worked as an Associate Art Director in one of the advertising agencies in Jakarta, and is now a freelance graphic designer, video maker, and researcher.

RANI ELSANTI, a freelance translator and editor, was born in Bandung, November 10, 1973. As a grumpy young girl, she had noisily proclaimed her loathing to big cities and especially to Jakarta—but that was before she found out that Jakarta had more publishing houses than anywhere else in Indonesia (perhaps with the exception of Yogyakarta). Her love of books, languages, and words (in that order) soon took precedence over any personal dislikes and brought her to the metropolis, where she can now easily be spotted grinning on a *metromini* bus, bemusedly observing the cacophonous city on her way to editorial meetings. She still thinks that Jakarta is a crazy city, but now realizes that the craziness is pandemic. After all, all happy towns are alike, but crazy cities are crazy in their own ways. Rani now translates for ruangrupa's *Karbon* Journal.





Stiker kota marak sejak 1970-an di berbagai kota besar di Indonesia. Ia ada di mana-mana: tertempel di angkutan umum, mobil, motor, pintu rumah, dan bahkan selalu hidup dalam kenangan masa kecil kita. Bagaimana fenomena ini berkembang dan apa yang kemudian terlihat dari perubahan stiker ini seiring pertumbuhan kota besar dan perubahan masyarakat kota? Ditulis dalam dua bahasa, Indonesia dan Inggris, buku ini diterbitkan oleh Divisi Penelitian & Pengembangan dari ruangrupa, sebuah organisasi seni rupa kontemporer di Jakarta. Selain membahas fenomena stiker kota, buku ini juga memuat ribuan stiker dari berbagai era dalam halaman warna, serta sejumlah foto yang menunjukkan betapa stiker sangat lekat dalam kehidupan masyarakat di kota-kota besar.

Since the seventies, city stickers are found in abundance in various Indonesian cities. They are omnipresent: in public vehicles, cars, motorbikes, doors, and are invariably vivid in our childhood memories. How has this phenomenon come to being, what can we gather from the changes seen in the stickers along with the growth of the city and the shifts within the urban society? Written in two languages, Indonesian and English, the book is published by the Research and Development Division of ruangrupa, an organization of the contemporary art in Jakarta. The book does not only explain about the phenomenon of the city sticker, but also presents thousands of stickers from different eras, as well as pictures that show how the stickers are inextricably linked with life in the city.

“Sebuah kajian menarik, yang selama ini dilupakan karena dianggap remeh-temeh dan tidak penting, yang memaksa kita untuk memikirkan kembali apa makna budaya rakyat.”

“An interesting analysis, one that has been generally ignored as it was considered trivial and unimportant. It forces us to think again what the culture of the mass really means.”

— Antarika

peneliti pada KUNCI Cultural Studies Center, Yogyakarta  
researcher at the KUNCI Cultural Studies Center, Yogyakarta

“Stiker di ruang publik barangkali adalah ungkapan paling polos tentang nafsu-nafsu manusia, dari nafsu beragama hingga nafsu bersenggama. Buku ini wajib bagi yang ingin tahu dorongan dasar penghuni kota.”

“Stickers in the public space might be the most honest expressions about human desires, from the religious to the erotic. This is obligatory reading for those who wish to know about the urbanites’ rudimentary urges.”

— Ayu Utami  
novelis novelist

“Ide yang menarik dan kuat. Sebuah usaha mengabadikan ingatan di zaman yang serba singkat dan padat. Saya terbayang usaha keras mengumpulkannya...”

“An interesting and strong idea. An effort to preserve memories in an era when everything is fleeting and crowded. I imagine all the hard work that entails...”

— Herry Nurdin

pemimpin redaksi majalah *Sabili*  
editor in chief, *Sabili* magazine

“Kerja mengumpulkan stiker kota ini seperti memulung yang terbuang dan tak dipedulikan, tapi sesungguhnya menjadi penanda ingatan bersama tentang kota. Sebuah sumbangan besar, bukan hanya pada khazanah seni grafis, tapi juga sejarah sosial Jakarta.”

“The work to collect the city stickers is akin to plucking the things that have been discarded and ignored, but ones that actually signify our common recollections of the city. It is a significant contribution, not only to the world of visual art, but also to the treasure of the social history of Jakarta.”

— Hilmar Farid  
pengajar Cultural Studies di Program Pascasarjana,  
Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Indonesia  
lecturer of Cultural Studies in the Graduate Program of the  
Faculty of Cultural Sciences, University of Indonesia.

Diterbitkan oleh Published by



ruangrupa

DIVISI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
RESEARCH & DEVELOPMENT DIVISION