

## BAB. I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Punk dalam berbagai sumber diartikan sebagai gerakan perlawanan hebat melalui musik, gaya hidup komuniti dan kebudayaan sendiri.<sup>1</sup> Punk muncul di Inggris paska perang dunia kedua yang dipelopori oleh para pemuda dari kelas pekerja. Keadaan ini berawal ketika para pemuda harus bekerja sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidup akibat ditinggalkan orang tua mereka untuk perang. Para pemuda dari kelas pekerja melakukan pemberontakan terhadap kaum yang berkuasa, yaitu kelas pemilik modal. Sikap ini ditunjukkan salah satunya dengan jalan bermusik.<sup>2</sup>

Musik punk terutama punk rock bersifat keras yang ditunjukkan melalui hentakan alat musik yang kurang teratur, *beat* yang sangat cepat dan lirik lagu yang berisi kritik sosial. Pesan yang ingin disampaikan melalui lagu umumnya berisi kekecewaan mereka terhadap kebudayaan dominan. Vokalis band punk mempunyai cara yang berbeda dari *genre* musik lain dalam menyanyikan lagu, yaitu berteriak dengan nada tinggi.<sup>3</sup> Musik sebagai bentuk kreatifitas banyak memberikan pengaruh terhadap kebudayaan punk terutama dalam sikap dan gaya hidup.

---

<sup>1</sup> O'Hara, Craig. *Philosophi of Punk*. 1999 dalam <http://en.wikipedia.org/wiki/Punk> akses 30 september 2006

<sup>2</sup> Hebdige, Dick. *Subkultur Punk*, Yogyakarta. Buku Baik 2005 hal 15

<sup>3</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Punk\\_rock](http://en.wikipedia.org/wiki/Punk_rock) akses 07 september 2006

Kaum punk memiliki kebudayaan sendiri yang berbeda dengan kebudayaan dominan dimana kebudayaan ini terbentuk. Perbedaan ini terletak pada norma dan nilai- nilai yang menjadi ideologi punk. Sebagai contoh, kaum punk memiliki ideologi yang berbeda dengan kebudayaan *mainstream* yaitu anti kapitalisme dan anti authoritarian. Ideologi ini tercermin melalui sikap kemandirian yang tercermin melalui semangat *do it your self* "DIY" yaitu *spirit* untuk bekerja sendiri dengan tidak berpihak pada kapitalisme. Sikap ini diperkuat dengan penolakan mereka terhadap kehidupan kapitalis dan memilih jalur *independen*.

Fenomena ini terlihat ketika band punk memilih jalur musik *indie*. Meskipun terdapat band punk yang memilih jalur *mainstream*, namun mereka lebih sering disebut sebagai "pengkhianat".<sup>4</sup> Sikap keberpihakan terhadap budaya dominan ini tidak sesuai dengan ideologi punk. Komersialisasi dengan latar belakang industri adalah bagian dari kapitalisme yang berlatar belakang dengan budaya punk. Kaum punk dalam penerapan norma dan nilai- nilai tersebut tidak terbatas pada sikap dan cara hidup melainkan melalui simbol yang tercermin melalui *fashion*.

Simbol punk ini muncul sebagai aspek material dari nilai- nilai ideologi subkultur punk. Keberadaan simbol punk ini tidak lepas dari aspek kultural yang menjadi gaya hidup kaum punk. Setiap simbol terbentuk berdasarkan latar belakang budaya sehingga melahirkan makna khusus dalam komunitasnya. Simbol punk ini tercermin melalui gaya berpakaian seperti penggunaan jeans

---

<sup>4</sup> <http://www.kerinci.com/subkultur/indie-dan-budaya/punk-mania.htm> artikel 24

*beled*, sepatu *boot* dan ikat pinggang *spike*. Simbol punk juga digunakan sebagai aksesoris seperti pemakaian rantai sebagai aksesoris, *spike band* dan berbagai simbol yang terbuat dari besi yang tercermin dalam *fashion*.

Kaum punk menggunakan *style fashion* punk dalam keseharian mereka. Seperti halnya ketika mereka sedang mengadakan konser musik. Simbol menjadi identitas yang membedakan kaum punk dengan kelompok lainnya. Pada perkembangannya, simbol punk banyak direpresentasikan oleh band- band yang beraliran musik punk. Band punk populer seperti Green Day, Sum 41 dan Blink 182 hingga saat ini masih menggunakan simbol punk dalam gaya berpakaian. Bukan merupakan suatu masalah karena band- band ini adalah band punk dengan *genre* musik punk rock yang konsisten menyuarakan perlawanan meskipun melalui jalur *mainstream*.

Representasi simbol punk dalam kebudayaan *mainstream* dewasa ini tidak hanya dilakukan oleh band dengan *genre* musik punk melainkan oleh kelompok lain seperti musik pop. Hal ini merupakan sebuah masalah mengingat bahwa simbol merupakan identitas suatu kelompok. Dalam hal ini simbol punk adalah identitas kaum punk. Simbol punk, jika digunakan oleh kaum punk maka akan mempunyai makna yang sebenarnya berdasar latar belakang budaya dan nilai-nilai ideologis punk. Simbol punk jika direpresentasikan oleh kelompok lain akan mengalami perubahan makna. Fenomena semacam ini mengakibatkan simbol

berbagai jurnal para kaum punk idealis menyatakan keprihatinan mereka atas hilangnya identitas ini.

Media massa tidak terlepas dari fenomena hilangnya identitas simbol punk. Fenomena ini bahkan muncul dalam beberapa acara *talk show* di televisi Amerika. Kaum *skinhead*, salah satu *genre* terbesar dalam kultur punk pernah masuk dalam agenda televisi Amerika seperti *Oprah Winfrey*. Namun para *skinhead* tidak merasa terwakili dalam realitas yang dibentuk oleh media.<sup>6</sup> Kaum punk lebih direpresentasikan sebagai komunitas yang *chaos* seperti yang menjadi realitas masyarakat saat ini. Publik tidak melihat punk dalam nilai estetika dan makna gerakan punk yang sebenarnya. Band populer, masyarakat massa dan artis populer saat ini banyak merepresentasikan simbol punk ini tidak pada makna yang sebenarnya.

Agnes Monica sebagai salah satu artis populer sering menggunakan simbol- simbol punk. Representasi simbol punk ini muncul dalam video klip melalui gaya berpakaian dan pemakaian aksesoris punk. Agnes Monica bukan merupakan artis dengan *genre* musik punk namun konsisten dalam menggunakan simbol punk. Fenomena ini dapat dilihat dalam kedua albumnya yaitu *And The Story Goes* dan album barunya *Waddup A?!*.

Dalam album pertamanya *And The Story Goes*, Agnes banyak memunculkan gaya *street fashion* terutama *punk fashion*.<sup>7</sup> Demikian halnya dalam album kedua *Waddup A?!*. Simbol punk tetap digunakan meskipun Agnes Monica sekarang lebih populer dengan *style Harajuku*. Agnes menggunakan

<sup>6</sup> Marshal, George. *Kaum Skinhead*. Yogyakarta, Alinea. 2005 hal. 6-7

<sup>7</sup> [www.kompas.com/hiburan/agnes\\_monica\\_pilih\\_seksi\\_berotot\\_up\\_date\\_22juni\\_2006](http://www.kompas.com/hiburan/agnes_monica_pilih_seksi_berotot_up_date_22juni_2006) akses 23 desember 2007

budaya subkultur punk. Agnes selain bukan merupakan band punk juga merupakan artis *mainstream* yang tak lepas dari nilai kapitalisme. Proses ini akan berpengaruh terhadap makna sebagai hasil representasi.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana simbol punk direpresentasikan dalam video klip *Tak Ada Logika* oleh Agnes Monica ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **C. 1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana simbol punk direpresentasikan dalam video klip *Tak Ada Logika* oleh Agnes Monica. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui makna yang muncul pada representasi simbol punk dalam video klip *Tak Ada Logika* oleh Agnes Monica.

### **C. 2. Manfaat Penelitian**

**C. 2. 1** Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat:

Memberi sumbangan terhadap perkembangan studi komunikasi khususnya tentang komunikasi sebagai proses pembentukan makna (produksi pesan) dan representasi simbol kebudayaan pada kajian budaya populer.

Banyak kalangan yang kurang memperhatikan bagaimana proses produksi makna dalam kajian budaya populer. Kebanyakan dari audiens hanya berfokus terhadap estetika yang ditampilkan media

Fenomena ini mengakibatkan adanya *copycate* dan budaya konsumerisme. Seperti halnya yang terjadi pada tanda atau simbol-simbol punk. Audiens hanya memaknai simbol tersebut sebagaimana realitas yang dibentuk media tanpa esensi yang sebenarnya.

Studi dengan menggunakan analisis semiotik diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana proses representasi simbol kebudayaan dalam budaya populer.

**C. 2. 2** Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat:

Secara praktis studi ini dapat memberikan masukan pada pihak-pihak terkait khususnya bagi masyarakat yang selama ini memandang punk sebagai komunitas yang *chaos* dan tidak mengetahui esensi simbol-simbol punk dalam makna yang sebenarnya. Dengan penelitian ini pula diharapkan akan adanya pemahaman yang lebih akan esensi tanda / simbol punk bagi komunitas punk pada khususnya.

## **D. Kerangka Teori**

### **D. 1 Komunikasi dan Proses Produksi Pesan**

Komunikasi adalah salah satu aktifitas manusia yang diakui dan dilakukan setiap orang. Hal ini menunjukkan bahwa manusia sangatlah dipengaruhi oleh komunikasi dan cara mereka berkomunikasi. Manusia dapat saling berbagi rasa, pikiran, ide dan gagasan berdasar pengalaman yang mereka miliki. Pengalaman ini disebut sebagai materi yang dimiliki oleh komunikator untuk dibagikan kepada

... lain. Pada tahap selanjutnya pesan ditafsirkan oleh penerima berdasar

kerangka pengalaman yang dimilikinya menurut konvensi budaya yang menjadi latar belakangnya. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan adanya perbedaan budaya sangat dimungkinkan ditemukannya perbedaan makna pesan. John Fiske mengatakan bahwa: "*So readers with different social experience or from different culture may find different meaning in the same text*".<sup>11</sup> Berdasar pendapat Fiske, perbedaan dalam menginterpretasi makna dapat disebabkan oleh adanya perbedaan pengalaman sosial dan perbedaan budaya. Simbol kebudayaan akan diterjemahkan berdasar konvensi kebudayaan, yang akan menimbulkan perbedaan makna.

Menurut Fiske studi komunikasi bukan semata proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan akan tetapi melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Hal ini berkaitan dengan bagaimana pesan atau *teks* berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna yakni berkenaan dengan peran *teks* dalam kebudayaan kita. Dalam mazhab ini, studi komunikasi adalah studi tentang *teks* dan kebudayaan. Metode utama pada studi ini adalah semiotika atau ilmu tentang tanda dan makna.<sup>12</sup>

Bagi semiotika pesan merupakan suatu konstruksi tanda yang melalui interaksinya dengan penerima menghasilkan makna. Pengirim yang didefinisikan sebagai transmitter pesan menurun arti pentingnya. Penekanan bergeser pada *teks* dan bagaimana *teks* itu "dibaca". Dalam mazhab ini membaca adalah proses menemukan makna yang terjadi ketika pembaca berinteraksi atau bernegosiasi

---

<sup>11</sup> Fiske, John. *Introduction to Communication Studies*. 1990, hal. 30

dengan *teks*. Negosiasi terjadi karena pembaca mempunyai aspek-aspek pengalaman budayanya dengan kode atau tanda yang menyusun *teks*.

Sesungguhnya studi komunikasi sudah tidak murni lagi sebagai subjek karena didalamnya terdapat berbagai macam studi. Fiske dalam kesimpulannya mendefinisikan bahwa komunikasi sebagai “interaksi sosial melalui pesan”. Hal ini sesuai dengan yang mendasarinya bahwa:<sup>13</sup>

...komunikasi adalah studi yang dapat dipertanggung jawabkan, namun kita memerlukan sejumlah pendekatan disipliner untuk mengkajinya secara komprehensif.

...komunikasi melibatkan tanda (*signs*) dan kode (*kodes*). Tanda adalah artefak atau tindakan yang merujuk pada sesuatu yang lain diluar tanda itu sendiri, yakni tanda menandakan konstruk. Kode adalah sistem dimana tanda- tanda diorganisasikan dan yang menentukan bagaimana tanda- tanda itu mungkin berhubungan satu sama lain.

...tanda- tanda dan kode- kode itu ditransmisikan atau dibuat tersedia pada yang lain: dan bahwa pentransmisian atau penerimaan tanda/ kode/ komunikasi adalah praktik hubungan sosial.

...komunikasi adalah sentral bagi kehidupan budaya kita: tanpa komunikasi kebudayaan dari jenis apapun akan mati. Konsekuensinya, studi komunikasi melibatkan studi kebudayaan yang dengannya ia terintegrasi.

Studi komunikasi tidak dapat berdiri sendiri namun memerlukan pendekatan dengan studi yang lain dalam melakukan kajian yang komprehensif. Dalam komunikasi kode berhubungan dengan tanda sebagai sistem dimana tanda tersebut bekerja. Proses komunikasi baik melalui tanda merupakan hubungan sosial yang menjadi kehidupan sentral bagi kebudayaan. Studi kebudayaan penting dalam proses komunikasi. Tanpa adanya komunikasi kebudayaan apapun akan hilang dan mati, dalam artian tidak ada nilai-nilai kebudayaan yang dapat berkembang dan disampaikan tanpa adanya komunikasi.



Studi komunikasi dan budaya telah menjadi bagian yang penting dalam masyarakat kontemporer. Teorisi media James W. Carey melukiskan dua pandangan tentang komunikasi yaitu model transmisi dan model ritual.<sup>14</sup> Perspektif transmisional memandang media sebagai pengirim informasi untuk kontrol. Sedangkan perspektif ritual komunikasi bukanlah tindakan untuk menyampaikan informasi, melainkan representasi keyakinan bersama. Carey juga mengemukakan bahwa komunikasi dan realitas saling berhubungan. Komunikasi adalah proses yang tertanam dalam kehidupan kita sehari-hari yang menginformasikan cara kita menerima, memahami dan mengkonstruksi pandangan kita tentang realitas dan dunia. Proses ini melibatkan tanda sebagai bagian dari komunikasi.

Simbol adalah bagian dari tanda. Simbol dari setiap kebudayaan mempunyai makna yang ingin disampaikan melalui komunikasi. Keberadaan simbol dalam komunikasi merupakan pesan dalam proses komunikasi. Komunikator dan komunikan dalam menyampaikan pesan bertumpu pada kebudayaan yang dimilikinya. Pesan baik itu pesan kebudayaan dapat disampaikan melalui proses representasi.

## **D.2 Representasi**

Representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas. Kebudayaan menyangkut pengalaman berbagi. Seseorang akan dikatakan berasal dari

kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada membagi pengalaman yang sama dan saling berbagi konsep-konsep yang sama.

Representasi dipahami sebagai *“the social proses of representing; representation are the product of the social proses of representing”*.<sup>15</sup>

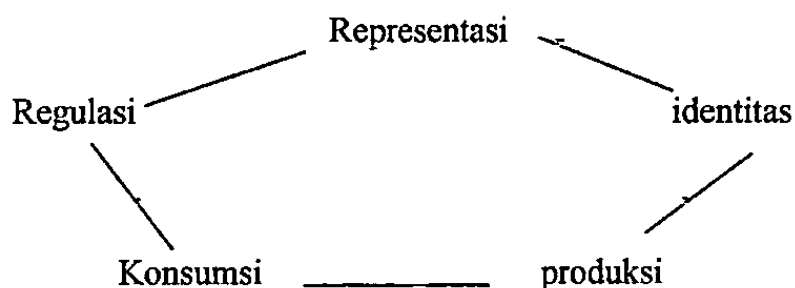
Representasi dalam konteks ini dapat dipahami sebagai produksi makna dari konsep-konsep yang terdapat dalam pikiran manusia melalui bahasa. Representasi dapat dijelaskan pula sebagai “menghubungkan antara konsep-konsep dan bahasa yang membuat manusia mampu untuk merujuk dunia objek, orang-orang, kejadian- kejadian yang bersifat nyata bahkan yang bersifat imajiner.”<sup>16</sup>

Dalam proses representasi, terdapat beberapa masalah yang harus dipahami.<sup>17</sup> Problem ini diantaranya adalah :

1. Representasi adalah hasil dari suatu proses seleksi yang mengakibatkan bahwa ada sejumlah aspek dari realitas yang ditonjolkan serta ada sejumlah aspek lain yang dimarginalisasi. Hal ini menyebabkan hasil representasi bersifat sempit dan tidak lengkap.
2. Apa yang dikatakan sebagai dunia nyata itu juga perlu untuk dipermasalahkan. Bahwa tidak ada satupun representasi dari realitas yang secara keseluruhan pastilah benar dan nyata.
3. Pemikiran yang menyatakan bahwa media tidaklah harus merefleksikan realitas.

Permasalahan diatas diperlukan untuk dipahami dalam melihat proses representasi termasuk representasi simbol punk. Pihak yang melakukan representasi memiliki pengalaman sosial dan budaya yang mungkin berbeda dengan keberadaan simbol punk. Faktor ini yang mengakibatkan proses representasi tidak pasti dan benar secara keseluruhan berdasarkan makna sebenarnya. Keberadaan media dalam melakukan representasi tidak selalu merefleksikan realitas yang ada dalam masyarakat. Media dalam melakukan representasi mampu untuk memunculkan realitas baru yang sering disebut sebagai realitas media. Media dalam membentuk realitas tidak lepas dari ideologi dan budaya media dimana simbol tersebut direpresentasikan.

Dalam representasi yang berkenaan dengan konsumsi kebudayaan skema yang relevan dalam menghubungkan antara representasi, identitas, produksi, konsumsi dan regulasi adalah sirkuit budaya sebagai berikut.<sup>18</sup>



Tabel. 1  
 Skema Konsumsi Budaya Baudrillard  
 (Sumber : Barker Crist. *Cultural Studies*. Kreasi Wacana Hal. 56 )

<sup>18</sup> Barker, Crist. *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004. hal. 56

Dalam sirkuit budaya diatas makna budaya diproduksi dan dilekatkan pada setiap level sirkuit yang karya bermaknanya benar- benar dibutuhkan namun tidak mencukupi dan menentukan bagi momen sirkuit berikutnya. Setiap momen produksi, konsumsi, regulasi, representasi maupun identitas melibatkan produksi makna yang diartikulasikan pada momen berikutnya tanpa melihat makna yang dihasilkan pada level tersebut. Artikulasi dapat dipahami sebagai suatu bentuk hubungan yang dapat menciptakan satu kesatuan dari unsur yang berbeda.

Dalam representasi kita tidak bisa lepas dari realitas. Berger dan Luckman menjelaskan realitas dengan membedakan antara “kenyataan” dan “pengetahuan”. Realitas sebagai kualitas yang terdapat didalam realitas-realitas yang diakui memiliki keberadaan yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas itu nyata dan memiliki karakteristik secara spesifik. Realitas yang terbentuk merupakan hasil representasi yang tidak lepas dari faktor ideologis.

Schutz Mengatakan mengenai realitas bahwa semua manusia didalam pikirannya membawa *stock of knowledge*, baik *stock of knowledge* tentang barang- fisik, tentang manusia, artefak dan koleksi- koleksi sosial maupun objek- objek budaya. *Stock of knowledge* inilah yang akan membawa *frame of reference* atau orientasi yang mereka gunakan dalam menginterpretasi objek- objek dan peristiwa yang mereka lakukan sehari- hari. Bagi Schutz *stock of knowledge* ini adalah realitas mereka.<sup>19</sup>

Dalam mengetahui makna representasi simbol punk dalam video klip Tak Ada Logika ini teori yang dapat menggambarkan bagaimana proses representasi adalah fase sukseksi hubungan citra dan realitas yang dikemukakan oleh Baudrillard. Hal ini berlaku ketika tanda- tanda menjadi semakin kosong akan makna. Empat fase ini adalah:

1. Citra adalah refleksi realitas
2. Citra menutupi dan membelokkan realitas
3. Citra menutupi tidak adanya realitas
4. Citra tidak memiliki hubungan dengan realitas apapun (simulakrum)

### **D. 3 Ideologi Dalam Proses Representasi**

Ideologi merupakan istilah penting karena ideologi sering kali digunakan untuk mengacu pada wilayah konseptual yang sama dengan budaya dan budaya populer. Ideologi tak dapat kita tinggalkan ketika berbicara tentang budaya dan representasi. Nilai- nilai kebudayaan merupakan cerminan ideologi. Sebagaimana yang dikemukakan Hebdige bahwa semiotika ini sudah *built in* dengan teori ideologi Althusserian atau Gramscian.<sup>20</sup>

Punk sebagai gerakan resistensi mempunyai ideologi yang tercermin melalui *material eksistence* berupa tanda yaitu simbol. Demikian pula dalam budaya populer, ideologi berperan dalam proses produksi budaya. Hal ini menunjukkan bahwa ideologi berperan dalam proses representasi seperti pada kajian representasi simbol punk dalam video klip.

Althusser memperkenalkan 2 istilah kunci dalam ideologi, yaitu ISA (*Ideological State Apparature*) dan RSA (*repressive state apparatus*). RSA menjalankan fungsinya melalui kekerasan, sedangkan ISA menjalankan fungsinya secara ideologis. Pada titik inilah terlihat perbedaan antara ISA dan RSA. Dalam penelitian ini, ISA mempunyai peran yang penting dalam proses representasi. Hal ini dikarenakan ISA dapat bergerak dalam wilayah individu, dalam hal ini adalah kebudayaan. Hal lainnya adalah media massa dalam bekerja menggunakan ISA yaitu dengan menyebarkan gagasan dominan yang diproduksi oleh kelas dominan dengan orientasi pasar.

Althusser memberikan dua (2) tesisnya yang sangat brilliant dalam pemikirannya mengenai ideologi.<sup>21</sup> Kedua tesis tersebut adalah:

1. Ideologi merepresentasikan relasi individu yang imajiner pada kondisi-kondisi nyata dari eksistensinya.
2. Ideologi mempunyai aspek material

Ideologi tidak bisa dibatasi sebagai ide semata, namun mempunyai aspek material yang menjalankannya. Dalam penelitian ini tanda, simbol adalah aspek material dari ideologi yang direpresentasi.

Thesis Althusser diatas menyatakan bahwa simbol sebagai bentuk nyata dari ideologi menggambarkan kondisi individu baik melalui ide maupun kondisi nyata dari individu. Baudrillard mengungkapkan konsepnya tentang ideologi sebagai “representasi palsu”, yaitu representasi yang didalamnya disembunyikan keterputusan subjek dari objek hasil produksinya. Keputusan ini juga mengenai

#### **D. 4 Budaya Populer**

Dalam masyarakat kontemporer, budaya populer merupakan sarana media yang cukup representatif dalam mengkonstruksi realitas. Sebagai bentuk kebudayaan, keberadaan budaya populer sering menimbulkan banyak perdebatan dalam kalangan kritikus termasuk para kritikus budaya massa. Hal ini menyangkut tujuan dari budaya populer dan dampak yang ditimbulkan termasuk makna sebagai hasil representasi.

Budaya populer mendapat penilaian yang kritis dan evaluasi dari sejumlah teori yang berbeda. Dalam penafsirannya, budaya populer memiliki banyak artian tersendiri. Para kritikus budaya massa mendefinisikan budaya populer sebagai budaya rakyat di dalam masyarakat pra-industri atau budaya massa pada masyarakat industri. Budaya rakyat dalam masyarakat praindustri adalah budaya yang berasal dari rakyat, diakui dan dilestarikan sebagai budaya dalam kehidupan. Budaya rakyat dapat disebut sebagai budaya yang diterapkan kepada rakyat dari atas.

Budaya populer menurut Mazhab Frankfurt adalah budaya massa yang dihasilkan oleh industri budaya yang mengamankan stabilitas maupun kesinambungan kapitalisme. Mazhab ini memiliki kesamaan dengan versi teori marxis seperti Althusser dan Gramsci yang menyatakan bahwa budaya populer adalah salah satu bentuk ideologi dominan.<sup>24</sup> Dalam mazhab ini muncul kritik

Budaya populer adalah suatu budaya yang diproduksi secara komersial. Produsen tidak berfikir bahwa dimasa yang akan datang akan terjadi perubahan terhadap budaya yang dikomersialisasi. Audiens dalam budaya populer dinyatakan menciptakan makna mereka sendiri melalui *teks* budaya populer dan melahirkan kompetensi budaya dan sumber daya mereka sendiri. Budaya populer adalah sebagai makna dan praktik yang dihasilkan oleh audiens pada saat konsumsi. *Teks* dalam budaya populer terpusat pada bagaimana *teks* itu digunakan.

Dalam kajiannya sebagai budaya populer, budaya menjadi komoditas yang mengakibatkan lahirnya konsumerisme pada khalayak. Masyarakat massa sering kita sebut sebagai audiens yang pasif. Audiens dalam masyarakat massa tidak lagi memiliki unsur-unsur seperti selektifitas, utilitarianisme, intensionalitas, dan keikutsertaan. Pada umumnya masyarakat massa merupakan khalayak yang kurang terdidik dalam hal konsumsi media. Hal ini menyebabkan khalayak mudah dipengaruhi dan dibujuk oleh media.<sup>27</sup>

Masyarakat massa dianggap tidak selektif dalam melakukan konsumsi media. Konsumsi didasarkan bukan atas tujuan dan bersifat asal-asalan. Utilitarianisme memandang bahwa masyarakat massa mengkonsumsi media bukan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan tertentu. Intensionalitas berarti penggunaan secara sengaja terhadap isi media. Masyarakat massa pada umumnya tidak bersifat demikian. Mereka juga tidak berfikir mengenai alasan dalam melakukan konsumsi media.



Definisi yang cukup relevan lainnya adalah yang menyatakan bahwa budaya populer adalah budaya yang berasal dari rakyat. Pendekatan ini beranggapan bahwa budaya populer adalah sesuatu yang diterapkan pada rakyat. Budaya pop ini dianggap sebagai budaya rakyat yang berkembang dan diakui oleh rakyat.

Dalam pengertiannya sebagai budaya posmodernis, budaya populer tidak lagi membedakan mana budaya tinggi dan mana budaya pop. Semua kebudayaan adalah budaya posmodernis. Semua budaya adalah merupakan komersial. Pengertian budaya posmodernisme ini juga menentang tegas batasan antara budaya massa dengan budaya populer. Baudrillard mengemukakan bahwa posmodern adalah “dunia dimana semua yang dimiliki adalah simulasi, tidak ada “yang nyata” diluar simulasi itu tidak ada “yang asli” yang dapat ditiru”.<sup>28</sup>

Posmodernisme dikatakan menguraikan lahirnya suatu tatanan sosial. Arti penting kekuatan media massa dalam budaya populer adalah mengatur dan membentuk segala macam hubungan sosial. Tanda-tanda budaya populer maupun citraan media semakin banyak mendominasi realitas kita, maupun bagaimana kita mendefinisikan diri kita dan lingkungan kita. Media memegang cermin dan karenanya merefleksikan secara cukup luas realitas sosial yang cukup luas. Cermin “media” ini dinyatakan sebagai satu-satunya realitas yang kita miliki sekarang. Dalam kondisi posmodern menjadi lebih sulit untuk memilah antara ekonomi dan budaya populer. Bidang konsumsi apa yang kita beli dan apa yang

1. ... kita beli semakin dipengaruhi oleh budaya populer

Konsumsi semakin terikat dengan budaya populer karena budaya populer menentukan konsumsi.

Dalam dunia posmodern tampilan permukaan dan gaya menjadi lebih penting dan pada gilirannya menuntut semacam “ideologi perancang”. Harvey mengemukakan bahwa “citraan mendominasi narasi”.<sup>28</sup> Argumennya adalah bahwa kita semakin sering mengonsumsi citra maupun tanda karena kesemuanya itu memang tanda dan citra mengabaikan pertanyaan tentang nilai dan guna. Hal ini tampak nyata bahwa dalam budaya populer permukaan dan gaya mendominasi dengan mengorbankan isi, substansi dan makna. Gaya mendahului isi, yang pada akhirnya sulit untuk membedakan antara seni dan budaya populer. Seni semakin terintegrasi dengan ekonomi yang mendorong orang melakukan konsumsi. Alhasil seni adalah barang komersial produksi industri kebudayaan.

#### **D. 5 Industri Budaya Dalam Budaya Populer**

Industri budaya merupakan sebuah teori yang lekat jika dikaitkan pada kajian budaya populer. Tanda atau simbol dalam budaya populer merupakan produk hasil dari industri kebudayaan. Kebudayaan dapat dijadikan sebagai komoditas tanpa memandang esensi budaya yang asli. Tanda atau simbol-simbol punk adalah salah satu objek budaya yang banyak direpresentasikan.

Industri budaya mencerminkan konsolidasi fetisisme komoditas, dominasi atas pertukaran dan meningkatkan kapitalisme monopoli. Industri budaya

dengan cara menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan-kebutuhan palsu.

Industri budaya berusaha mengkesampingkan kebutuhan riil dan sejati<sup>30</sup>

Secara industrial, produksi budaya merupakan sebuah proses standarisasi dimana produk- produk tersebut mendapatkan bentuk yang sama pada semua komoditas. Akan tetapi dalam industri budaya juga terdapat apa yang dinamakan sebagai individualitas, yaitu dalam artian “mempengaruhi suasana individual”. Individualitas adalah proses ideologi untuk menyembunyikan standarisasi. Individualitas berfungsi untuk mengaburkan standarisasi dan manipulasi kesadaran yang dipraktekkan oleh industri budaya. Audiens dalam melakukan konsumsi terhadap hasil produksi industri ini tidak merasa bahwa aktifitas ini merupakan bentuk hegemoni yang melakukan paksaan secara tidak sadar .

Adorno mendefinisikan apa yang dimaksud dengan konsep industri budaya sebagai berikut:<sup>31</sup>

Pada cabangnya, produk- produk yang dihasilkan untuk konsumsi oleh massa, dan pada suatu takaran besar menentukan sifat konsumsi itu, yang dibuat lebih sesuai dengan rencana. Masing-masing cabang itu mirip satu sama lain atau sekurang-kurangnya cocok satu sama lain, dengan menata dirinya sendiri kedalam sebuah sistem nyaris tanpa ada suatu kesenjangan...

Audiens menjadi sasaran hasil produksi kebudayaan dengan menjadikannya sebagai konsumen yang tidak sadar dalam melakukan konsumsi. Audiens dalam mengkonsumsi hasil produksi lebih mementingkan gaya daripada substansi makna yang sebenarnya. Massa melakukan konsumsi bukan untuk memenuhi kebutuhan nyata. Hasil produksi tersebut tidak bisa memenuhi

kebutuhan secara kegunaan, melainkan kebutuhan sebagai tanda. Massa tidak lagi bersifat primer namun sekunder. Mereka adalah objek kalkulasi dari alat. Konsumen bukanlah raja sebagaimana yang diyakinkan dalam industri budaya kepada kita, bukan sebagai subjek namun objek.

Industri budaya banyak memproduksi komoditasnya melalui media massa. Dalam konsep industri budaya media menjadi hal yang tak terpisahkan, termasuk media kultur. Fenomena ini merupakan perwujudan dari industrial kultur yang diorganisasikan atas satu model produksi massa dan diproduksi untuk audiens massa menurut *genre* yang diminatinya, mengikuti aturan, kode dan formula yang konvensional. Demikian halnya dengan keberadaan subkultur punk sebagai forma komoditas. John Clarke menyatakan bahwa:<sup>32</sup>

Penyebar luasan gaya pemuda dari *subculture* menuju ke pasar fesyen bukan sekedar proses kultural, melainkan suatu jejaring ekonomi. Toko-toko rekaman berskala kecil, perusahaan rekaman, butik atau perusahaan produksi yang dikelola satu dua perempuan-kapitalisme versi artisan ini, alih-alih fenomena yang berlaku umum dan tak khas, menjadi konteks dari dialektika "manipulasi" komersial tersebut.

Budaya memandang budaya yang berbasis komoditas sebagai sesuatu yang tidak otentik dan tidak memuaskan. Argumennya adalah budaya massa yang terakomodasi tidak otentik karena tidak dihasilkan oleh masyarakat massa melainkan oleh kelas pemegang alat produksi. Manipulatif karena tujuan utamanya adalah selera pasar dan agar dibeli. Budaya hasil komoditas bersifat tidak memuaskan karena selain mudah dikonsumsi juga tidak memperkaya konsumen.

Fiske berpendapat bahwa dalam industri budaya 80% - 90% produk baru yang meski melakukan promosi besar-besaran adalah gagal. Dalam artian bahwa industri budaya harus bekerja keras untuk memaksa audiens mengkonsumsi budaya massa hasil industri.<sup>33</sup> Budaya populer terkait dengan budaya massa sebagai komoditas dan kapasitas konsumen. Konsumen bukan orang dungu yang pasif melainkan produsen aktif makna yang tengah melakukan pemilahan.

Dalam hal industri budaya Mark memahami bahwa ideologi seperti halnya agama adalah candu bagi massa. Industri budaya beroperasi disepanjang prinsip yang sama. Namun diantaranya terdapat dua perbedaan. Pertama agama adalah doktrin terstruktur yang ditata dalam satu kitab dan kode. Agama dapat dipelajari dan dikritisi. Kedua, agama menjanjikan kelegaan dari ketakutan dalam kehidupan setelah mati, sementara budaya pop menawarkan kelegaan sesaat melalui identifikasi kita dengan para pahlawan budaya pada saat itu.<sup>34</sup> Budaya pop membanjiri hidup kita, mengepung kita dengan simulasi yang menyatu tebal dalam isu tebal representasi dan citra.<sup>35</sup>

#### **D. 6 Subkultur Punk dan Simbol Punk Sebagai Identitas**

Subkultur dapat diartikan sebagai kelompok dengan kebudayaan sendiri. Definisi lainnya adalah sekelompok orang yang diberi label dan sama-sama memiliki nilai dan norma yang khas dan diyakini berbeda dengan masyarakat *mainstream*. Subkultur menawarkan peta makna yang menjadikan dunia ini dapat

---

<sup>33</sup> Storey, John. *op cit* hal. 15

dipahami oleh anggotanya.<sup>36</sup> Munculnya kelompok *subculture* di Inggris yang dikenal dengan punk tidak bisa dilepaskan dari dua gelombang imigrasi (*eksodus*) dari *West Indies* ke Inggris atau *Mother Country*.<sup>37</sup>

Punk sebagai gerakan resistensi mempunyai tanda sebagai bentuk dalam menyuarakan perlawanan. Tanda dapat diinterpretasi melalui simbol yang akan menjadi pokok persoalan dalam penelitian ini. Tiap tanda yang berupa simbol memiliki nilai estetik dan makna yang terbentuk berdasarkan latar belakang budaya. Tanda sebagai simbol dapat mewakili kerangka pemikiran dan cerminan nilai-nilai ideologi. Tanda yang merupakan simbol ini merupakan identitas kelompok punk yang membedakan punk dengan kelompok lainnya.

Tanda yang akan menjadi pokok penelitian ini adalah bagian dari *punk fashion*. Dalam wikipedia *punk fashion* adalah “ *a distinct sosial dress others subculture and art movement including glam rock, skinhead, rud boy, art soul grouser and mods how influenced punk fashion. Punk fashion has likewise influenced the style of this group as well as those of pop culture.*”<sup>38</sup> Pada dasarnya punk adalah anti *fashion* yang tercermin melalui *fashion* dan aksesoris yang berbeda dengan *fashion* masyarakat dominan.

Gaya berpakaian kaum punk yang berupa simbol terlihat sangat mencolok dan berbeda dari kelompok lain. Bahkan dalam subkultur punk terdapat berbagai *genre* yang masing-masing memiliki simbol sebagai cerminan ideolog. Simbol ini muncul sebagai bentuk perlawanan berdasar kerangka pemikiran dan ideologi dari pemuda kelas pekerja kepada kaum penguasa. Simbol ini sangat relevan

---

<sup>36</sup> Barker, Crist. *op cit* hal. 415

<sup>37</sup> Sunardi ST. *op cit* hal. xix

<sup>38</sup>

simbol- simbol punk dalam kedua video klipnya yaitu *Bukan Milikmu Lagi* dan *Tak Ada Logika*. Dari beberapa video klip baik dari album pertama ataupun kedua, video klip *Tak Ada Logika* adalah video klip yang paling banyak menampilkan simbol- simbol punk.

Video klip *Tak Ada Logika* oleh Agnes Monica ini menjadi menarik untuk diteliti. Video klip ini adalah video klip termahal, dalam pembuatannya menghabiskan dana 250 juta rupiah, jauh diatas anggaran pembuatan video klip pada umumnya.<sup>8</sup> *Fashion* menjadi hal yang penting dan diperhatikan secara detail dalam pembuatan video klip. Dalam salah satu kostum utama terdapat atribut punk yang didesain secara mendetail. Gaya punk ini tidak hanya ditampilkan melalui Agnes, namun juga berlaku bagi *talen* dalam video klip tersebut.

Agnes Monica dalam video klip *Tak Ada Logika* juga bersikap berani dalam menentang standarisasi media tentang *fashion style*. Dalam video klip ini Agnes Monica tampil dengan *style* yang berbeda dan keluar dari koridor *fashion style versi mainstream*. Meski demikian Video klip ini menjadi nominasi dan memenangkan penghargaan di beberapa ajang musik bergengsi seperti *AMI Award* dan *MTV Indonesia Award*.<sup>9</sup>

Agnes Monica termasuk artis yang diperhitungkan dalam penciptaan *tren fashion* fersi artisan.<sup>10</sup> Hal ini tidak terlepas dari penampilannya dalam video klip. Gaya simpel *sporty* dengan aksesoris punk *booming* ketika dipopulerkan oleh Agnes. Representasi simbol punk dalam video klip *Tak Ada Logika* oleh Agnes Monica mempunyai perbedaan latar belakang budaya dan nilai ideologis dengan

<sup>8</sup> artikel Jawa pos dalam <http://www.agnezone.com/media/artikel> akses 07 september 2006

<sup>9</sup> *Ibid*

<sup>10</sup> *ibid*

dengan nilai-nilai yang menjadi nafas kaum punk saat itu. Hebdige berpendapat bahwa dalam menciptakan simbol-simbol punk, para pemuda dari kelas pekerja saat itu mengadopsi dalam hal ini lebih tepatnya “mencuri” dari kebudayaan lain yang dominan di era 1970an.<sup>39</sup> Adapun simbol-simbol punk yang cukup dikenal dalam artian “populer” yang nantinya akan menjadi bahasan dari penelitian ini seperti rambut *spike top* yang merupakan cikal bakal rambut *mohawk* atau *mohican*, celana jeans *belel* dan berbagai atribut berbau besi seperti pemakaian rantai dan aksesoris lain.

Gaya rambut *mohawk* atau *mohican* demikian disebut di *United Kingdom* adalah perkembangan gaya rambut *spike top*. Perbedaan *mohawk* dengan gaya rambut *spike top* adalah kanan dan kiri rambut yang menjulang diatas dipotong pendek bahkan botak. Gaya rambut *spike top* ini merupakan gaya standar dari kaum punk.<sup>40</sup> Gaya rambut *spike top* ditunjukkan dengan meninggikan rambut atas menyerupai paku-paku. Gaya rambut ini muncul sebagai bentuk perlawanan terhadap gaya rambut konvensional pada kebudayaan dominan.

Penggunaan jeans *belel* dalam subkultur punk ini adalah merupakan salah satu bentuk ketidaksetujuan terhadap kapitalisme. Jeans *belel* merupakan model jeans ketat hampir menyerupai pipa yaitu sama besar dari atas dan bawah, terkadang bagian bawah mengecil. Tindakan ini diasumsikan sebagai penghematan terhadap bahan pembuat jeans hasil produksi industri kapitalis. Studi etnografi yang berkenaan dengan pemakaian jeans mengungkapkan bahwa pemakaian jeans menyebarkan 3 himpunan makna utama. Pertama jeans

<sup>39</sup> Sunardi ST. *loc cit* hal. xiv

<sup>40</sup> <http://www.komunitaspunk.com/forums/viewtopic.php?p=3607> diakses 08 Februari 2007



berasosiasi dengan kerja keras dan waktu luang yang keras dengan martabat pekerja. Kedua jeans diartikan dengan kebebasan, kemandirian dan ketidakformalan. Ketiga jeans mengandung makna amerikanisasi, yaitu jeans adalah sumbangan Amerika untuk pentas *fashion* dunia dan konsensus sosial. Jeans adalah konsensual karena dipakai oleh kedua gender, semua kelas, ras dan usia.<sup>41</sup> Bahan lain yang sering digunakan adalah bahan dari kulit yang dipadukan dengan *silver spike* yang biasa digunakan di leher atau pergelangan tangan (*spike band*).

Demikian halnya adalah penggunaan atribut berbau besi. Atribut ini sering dipakai sebagai aksesoris dalam *fashion* punk. Hal ini mengasosiasikan bahwa atribut berbau besi ini mencerminkan benda sisa perang dunia ke II yang menyebabkan pemuda dari kelas pekerja mengalami revolusi kehidupan dengan bekerja keras .

Sebagai bentuk pengadopsian dari *culture* pada saat itu, tatto menjadi jalan dalam menyuarakan “protes” mereka. Pada umumnya tatto menjadi cerminan ideolog. Tatto dibuat dengan makna sebagai bagian dari kebudayaan. Demikian halnya dengan *body piercing* yang biasa dikenal dengan *safety pin*. Pada mulanya *safety pin* ini adalah peniti yang dipakai pada kuping. Dalam perkembangannya *piercing* tidak hanya dengan *safety pin* namun atribut besi lainnya. *Body piercing* ini dilakukan tidak hanya pada telinga sebagai wilayah normal tindik, melainkan merambah wilayah lain seperti hidung, bibir dan bagian tubuh lainnya.<sup>42</sup>

Semua hal yang dipertontonkan melalui tubuh (pakaian, gaya rambut dan aksesoris) lebih sekedar demonstrasi penampilan tetapi nilai-nilai kebudayaan.

---

<sup>41</sup> Fiske, John. *Op cit.* hal. 255

Gaya melalui *fashion* ini bisa diartikan sebagai matinya pengarang “*the death of the author*” berdasar esensi gaya punk yang sebenarnya. Tiap kepala dapat menginterpretasi makna tentang simbol berdasar kerangka pemikiran (pengalaman budaya) yang dimiliki.

Makna perlawanan kaum punk ditunjukkan melalui nilai dalam ideologi yang pada saat gerakan ini muncul disebut sebagai “pemberontakan”. Ideologi ini membedakan kaum punk dengan subkultur lainnya. Pada hakikatnya ideologi ini tercermin melalui simbol-simbol sebagai identitas kelompok. Ideologi punk yang populer adalah anti-kapitalisme, ideologi mereka terhadap media, dan *anti authoritarians*. Sikap ini juga muncul melalui *behaviour* seperti spirit *do it yourself* “DIY” dan *no selling out*.

Sebagai gerakan anti kapitalisme, kaum punk percaya bahwa kapitalisme adalah bersifat otoriter dan eksploitatif. Punk juga merupakan gerakan non-konsumerisme dengan semangat *do it yourself* “DIY”. Dalam hal anti kapitalisme ini beberapa band punk juga menyuarakan tuntutan anti diskriminasi, suasana kerja yang lebih baik dan aturan tentang ketenaga kerjaan yang baik melalui lirik mereka.<sup>43</sup>

Sebagai gerakan yang anti authoritarian punk merupakan oposisi dari authoritarian. Hal ini tercermin melalui gerakan anarkis terhadap pemerintah. Kaum punk berpendapat bahwa pemerintah hanyalah omong kosong dan melakukan korupsi. Beberapa *genre* punk mempunyai pendapat yang lain yaitu

---

<sup>43</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Punk\\_ideologies](http://en.wikipedia.org/wiki/Punk_ideologies) akses 09 februari 2007

mengatakan bahwa pemerintahan itu perlu. Namun mereka menuntut keseimbangan dalam proses politik melalui kesetaraan dan anti korupsi.<sup>44</sup>

Punk memandang bahwa media massa adalah instrumen dari propaganda dan sosial kontrol. Beberapa diantara mereka berpendapat bahwa televisi hanyalah pemborosan waktu dan mengajarkan kebiasaan yang tidak sehat. Televisi juga tidak mencerminkan realitas. Media massa adalah konsumerisme. Media massa dipegang oleh yang mempunyai kekuatan ekonomi. Video klip sebagai sarana media televisi tidak lepas dari fenomena tersebut.

#### **D. 7 Video Klip Sebagai Media Komunikasi Populer**

Video klip sekarang ini telah menjadi media komunikasi populer. Keberadaan video klip sebagai media tidak lepas dari proses representasi. Sebagai media massa maupun keberadaannya sebagai budaya posmodernis video klip sangat efektif dalam menjangkau audiens.<sup>45</sup> Sarana media ini cukup representatif dalam merefleksikan nilai- nilai yang akan disampaikan komunikator. Komunikator dalam video klip adalah masyarakat massa yang cenderung bersifat pasif terhadap substansi media. Hasil representasi melalui media termasuk video klip dianggap benar dan menjadi satu- satunya realitas. Simbol punk adalah contoh nyata dari fenomena tersebut. Video klip merepresentasikan simbol punk pada makna yang bukan sebenarnya yang diterima audiens sebagai sebuah kebenaran.

Video menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah rekaman gambar visual yang dapat ditayangkan lagi melalui media televisi. Video musik

---

<sup>44</sup> *ibid*

merupakan film pendek atau video yang digunakan perusahaan rekaman untuk melengkapi musik atau lagu. Dalam era modern ini video musik digunakan dalam hal marketing, yaitu untuk promosi penjualan *recording*.<sup>46</sup>

Video klip sebagai komponen musik memegang peranan penting dalam memasarkan “album” bagi produser. Perkembangan video musik tak lepas dari keberadaan MTV sebagai sarana media televisi sangat mendukung. Hal ini muncul seiring dengan kemunculan MTV sebagai saluran musik dalam 24 jam non stop pada era 1980an. Tampilan visual menjadi hal yang krusial dalam menarik perhatian audiens. Video klip sebagai bentuk karya seni tidak luput dari komersialisasi. Televisi (sebagaimana MTV) berada pada posisi sentral produksi citra dan sirkulasi berbagai citra yang saling terkait yang menjadi inti sari budaya posmodern. Hal ini mengakibatkan kaburnya sekat-sekat *genre*, gaya dan sejarah.<sup>47</sup>

Video klip merupakan bagian dari industri kebudayaan. Mayoritas dari video musik ini adalah hasil dari industri musik *mainstream* yang bertujuan mendongkrak penjualan album. Video musik ini juga berujung pada hal yang bersifat materi (*profit oriented*). Sesuai dengan pernyataan bahwa kapitalisme adalah suatu sistem dinamis dimana mekanisme yang didorong oleh laba mengarah kepada revolusi yang terus-menerus berlanjut atas sarana produksi dan pembentukan pasar baru.<sup>48</sup>

Dalam perkembangannya video klip tidak lagi di klaim sebagai produk yang tayang hanya di televisi. Video klip juga dengan mudah dapat di *download*

melalui *website* artis maupun *website* videoklip bebas seperti *You Tube*, *Google Video*, *Ifilm* dan *MySpace*. Tak lepas dari perkembangan teknologi, video klip dapat diputar bebas dengan MP4 dan Ipod.

Video klip mempunyai banyak komponen didalamnya, salah satunya adalah tanda. Jameson mengatakan *teks* video merupakan struktur, atau aliran tanda yang melawan makna. Dalam logika fundamentalnya meminggirkan tema. Tanda tampaknya memiliki hubungan yang sama sekali tidak problematis dengan rujukannya. Jameson menyatakan bahwa sekarang ini:

Refikasi merasuk ke dalam tanda itu sendiri dan memisahkan penanda dan petanda. Sekarang, rujukan dan realitas semuanya lenyap dan bahkan makna-petanda-menjadi problematis. Kita dihadapkan dengan permainan yang acak dan murni penanda yang kita sebut posmodernisme, yang tidak lagi memproduksi karya-karya monumental modern, tapi terus menerus memporakporandakan fragmen *teks-teks* praeksisten, blok-blok bangunan kebudayaan dan produksi sosial lama, dalam proses tambal sulam yang semakin intensif dan baru.<sup>49</sup>

Simbol dalam budaya posmodernis, seperti video klip murni sebagai penanda. Simbol dalam subkultur punk memiliki makna yang berbeda dengan simbol yang direpresentasikan dalam video klip sebagai barang komersial. Keberadaan makna dan petanda menjadi problematis. Penanda adalah murni sebagai tanda tanpa keberadaan makna dan petanda yang menjadi komponen tanda pada umumnya. Perbedaan tanda ini akan terlihat pada tatanan denotasi dan konotasi. Fenomena yang muncul dalam proses kebudayaan seperti ini diyakini akan menghasilkan makna baru terhadap tanda yang dihasilkan.



simbol punk melalui *fashion*, aksesoris maupun nilai- nilai ideologi yang tercermin melalui sikap. Dalam video klip *Tak Ada Logika* simbol punk direpresentasikan tidak hanya melalui talen utama, namun talen pendukung dan figuran yang tampil dalam video klip.

### **E. 3 Teknik Pengumpulan Data**

#### **E. 3. 1 Dokumentasi**

Dalam penelitian ini data dokumentasi adalah mengidentifikasi simbol punk berupa gambar dari beberapa *scene* yang menampilkan simbol- simbol punk dalam video klip *Tak Ada Logika* oleh Agnes Monica. Gambar yang menampilkan simbol- simbol punk ini diperoleh dengan jalan memotong dari adegan video klip *Tak Ada Logika* yang berdurasi 3,5 menit.

#### **E. 3. 2 Kepustakaan atau Literatur**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka, yaitu mengolah data yang diperoleh dari literatur, buku, tulisan- tulisan baik dari media cetak maupun jurnal- jurnal pada internet.

### **E. 4 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan teori semiotika Saussure dan teori semiotika Roland Barthes tentang konotasi dan mitologi. Teori ini digunakan untuk mengetahui unsur pembentukan makna pada makna konotasi tanda. Dalam hal ini simbol punk adalah tanda pada tatanan kedua (konotasi dan mitos). Hal ini sesuai dengan apa yang dinyatakan Hebdige bahwa simbol





ini bekerja pada sistem budaya dimana manusia itu hidup dan menggunakan simbol punk dengan melihat fungsi tanda bagi penggunanya. Kebudayaan melalui sistemnya akan berpengaruh terhadap pembentukan makna pada proses representasi simbol sebagai bagian dari tanda.

Dalam semiotika penerima atau “pembaca” dipandang memainkan peran aktif dalam memaknai tanda. Hal ini menunjukkan derajat aktifitas yang lebih besar dan pembacaan merupakan sesuatu yang kita pelajari untuk melakukannya. Pembacaan ditentukan oleh pengalaman kultural pembacanya. Pembaca membantu menciptakan makna *teks* dengan membawa pengalaman, sikap dan emosinya terhadap *teks*.

### **Tanda dan makna**

Tanda merupakan suatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indra kita. Tanda mengacu pada sesuatu diluar tanda itu sendiri dan bergantung pada pengenalan oleh penggunanya. Dalam konsep dasar makna terdapat tiga unsur yang harus ada dalam studi tentang makna yaitu tanda, acuan tanda dan pengguna tanda.

Semiotika dalam membaca punk dapat memposisikannya sebagai subkultur. Pendekatan yang digunakan dalam pembacaan punk sebagai subkultur adalah dengan teori mitos Barthesian. Dengan menggunakan teori ini kita dapat membaca punk dari ciri-cirinya sebagai subkultur. Ciri-ciri ini meliputi komunikasi intensional, biologis, kolektif dan praktik yang menghasilkan

Konsep *brikolage* dipakai untuk menjelaskan rekontekstualisasi objek-objek untuk mengkomunikasikan makna-makna baru. Dalam *brikolase* sebuah objek yang telah mempunyai endapan makna simbolik tertentu dimaknai kembali dengan artefak lain dalam konteks yang baru. Paul Willis menerapkan pengertian *homologi* pada *subculture* dalam kajiannya dengan memakainya untuk melukiskan kecocokan simbolik antara nilai-nilai dan gaya hidup suatu kelompok. Dalam *Resistance Throught Ritual*, Hall et al. mempertemukan konsep *homologi* dengan *bricolage* demi menjelaskan secara sistematis mengapa gaya *subculture* tertentu menarik perhatian kelompok masyarakat tertentu. Menjawab pertanyaan apa makna gaya *subculture* bagi anggota *subculture* itu sendiri adalah bahwa objek-objek yang disusun menjadi tata *subculture* yang khas ini dibuat untuk mencerminkan, mengekspresikan dan menyuarakan kehidupan kelompok.<sup>53</sup>

Strukturalisme dalam perspektif Barthes dibatasi sebagai sebuah cara menganalisa artefak-artefak budaya yang berasal dari metode linguistik. Strukturalisme merupakan sebuah paham filsafat yang memandang dunia sebagai realitas berstruktur. Strukturalisme modern Ferdinand de Saussure dengan linguistiknya yang memperkenalkan apa yang dinamakan sistem berpengaruh besar terhadap para strukturalis termasuk Barthes.<sup>54</sup> Kaidah ini diterapkan dalam berbagai penelitian dengan menjadikannya semacam model yang paralel dengan realitas yang menjadi objek-objek kajian.

Beberapa istilah dari semiotika yang banyak membantu dalam menganalisis tanda adalah adanya *langue* dan *parole* serta keberadaan *signifier*

<sup>53</sup> Hebdige, D. *op cit* hal. 228

<sup>54</sup> *Journal of Indonesian Sociology*, Vol. 1, No. 1, 1966, hal. 112

dan *signified*. Menurut de Saussure *langue* merupakan fakta sosial. *Langue* merupakan suatu sistem kode yang diketahui oleh semua anggota masyarakat pemakai bahasa tersebut. Seolah-olah kode tersebut telah disepakati bersama dimasa lalu. *Parole* adalah penggunaan bahasa secara individual. Secara implisit *langue* dan *parole* berposisi tetapi tidak ada yang lebih utama. Disatu pihak sistem yang berlaku dalam *langue* adalah hasil produksi dari kegiatan *parole*, di lain pihak pengungkapan *parole* serta pemahamannya hanya mungkin berdasarkan penelusuran *language* sebagai sistem.<sup>55</sup>

Simbol adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasar konvensi, kesepakatan atau aturan. Hebdige menjelaskan bahwa dalam kajian ini *culture* dapat kita sejajarkan dengan *langue* dan *subculture* dapat disejajarkan dengan *parole*. Dalam semiotika seseorang atau kelompok dapat menghasilkan *parole* dengan menggunakan *langue* yang ada. *Parole* muncul karena kebutuhan tertentu, yaitu untuk mengungkapkan kepentingan subjek. *Parole* dalam subkultur bukan semata sebagai *noise* melainkann juga sebagai *sound* yang disengaja untuk komunikasi. Demikian juga yang terjadi pada kelahiran tanda dalam *subculture*.<sup>56</sup>

Selain *Langue* dan *parole* adalah adanya konotasi dan denotasi dalam menganalisa *subculture* berdasar pada pemikiran Barthes tentang mitologi. Mitos dalam pendapat Barthes merupakan cerita yang digunakan suatu kebudayaan untuk menjelaskan atau memahami beberapa aspek dari realitas atau alam.<sup>57</sup> Konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung ketika tanda bertemu

dengan perasaan atau emosi penggunaannya dan nilai-nilai kulturalnya. Hal ini terjadi ketika makna bergerak menuju wilayah subjektif. Penanda tatanan pertama merupakan konotasi. Denotasi adalah tatanan realasi antara penanda dan petanda didalam tanda dan antara tanda dengan referennya dalam realitas eksternal. Makna denotatif akan sama. Perbedaan akan ada dalam konotasinya.<sup>58</sup> Berikut adalah bagan yang menjelaskan tentang makna konotatif dan denotatif dalam studi semiotika<sup>59</sup>:

Penanda 1 (signifier)	Petanda 1 (signified)	
Tanda 1 denotatif		Petanda 2
Tanda 2 Konotatif		

Tabel. 2  
Dua Tatanan Pertandaan Barthes  
(Sumber: Piliang Yasraf. *HiperSemiotika*. Jalasutra)

Dari peta Barthes tentang keberadaan tanda sebagai denotasi dan konotasi diatas terlihat bahwa tanda denotatif terdiri atas penanda 1 dan petanda 1. Pada saat bersamaan tanda denotatif adalah juga penanda konotatif. Dengan kata lain hal tersebut merupakan unsur material dari tanda 2. Sedangkan petanda 2 merupakan konsep ideologis dari tanda 2.

Pada perkembangan semiotika tanda bahasa telah semakin terpisah dari objek yang mereka wakili. Media mempunyai peran besar dalam hal ini. Media

Media mempunyai peran dalam evolusi

penggunaan tanda. Pada awalnya tanda merupakan representasi sederhana dari suatu objek dan kondisi. Baudrillard mengemukakan bahwa media mempunyai tiga tahapan dalam evolusi penggunaan tanda. Pertama adalah proses simbolis. Tahap kedua adalah tahap kepalsuan, sedangkan tahap terakhir adalah revolusi industri dimana tanda menjadi komoditas.<sup>60</sup>

Pada proses simbolis, simbol adalah representasi sederhana dari suatu objek atau kondisi. Lambang memiliki hubungan yang jelas dengan yang dilambangkan. Tahap kepalsuan sampai dengan tahap revolusi industri lambang dianggap kurang berhubungan dengan benda-benda dalam kehidupan. Lambang menghasilkan makna baru dan bukan bagian alamiah dari pengalaman yang dilambangkan. Makna baru muncul tidak mewakili substansi makna lambang yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini tanda ditekankan pada keberadaan simbol, yaitu simbol-simbol dari *subculture* punk. Simbol dapat diartikan sebagai sebuah rangsangan yang mengandung makna dan nilai yang dipelajari bagi manusia, dan respon manusia terhadap simbol adalah dalam pengertian makna dan nilainya terlebih dalam pengertian stimulasi fisik dari alat-alat inderanya. Makna sebuah simbol bukanlah pertama-tama pada ciri fisiknya, namun apa yang dapat orang lakukan mengenai simbol tersebut. Sebagaimana dikatakan Shibutani "makna pertama-tama merupakan properti perilaku dan kedua merupakan properti objek".<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Junaedi, Fajar. *Hiperrealitas, Ketika Makna Memproduksi Realitas* [www. sosiologikomunikasi.blogspot.com](http://www.sosiologikomunikasi.blogspot.com) akses 10 desember 2005

Dalam mengetahui makna representasi simbol punk dalam video klip *Tak Ada Logika* ini teori yang dapat menggambarkan bagaimana proses representasi adalah fase suksesi hubungan citra dan realitas yang dikemukakan oleh Baudrillard. Hal ini berlaku ketika tanda- tanda menjadi semakin kosong akan makna. Empat fase ini adalah

1. Citra adalah refleksi dari realitas
2. Citra menutupi dan membelokkan realitas
3. Citra menutupi tidak adanya realitas
4. Citra tidak memiliki hubungan dengan realitas apapun (simulakrum)

Dalam empat fase diatas, Baudrillard menghubungkannya dengan tiga tahapan historis dimana evolusi hubungan degeneratif antara tanda atau citra dengan realitas terjadi. Tahap pertama, Counterfeit yang merupakan skema dominan dari era klasik. Tahap kedua, produksi yang merupakan skema dominan dari era industrial dan tahap ketiga adalah simulasi. Pada tahap ketiga inilah fase ketiga dan keempat terbentuk.<sup>62</sup> Sebagaimana tanda dalam makna denotasi maupun konotasi, tanda yaitu simbol punk yang telah mencapai era simulasi ini tetap memiliki komponen dasar tanda yaitu penanda dan petanda.

## **F. Sistematika Penulisan**

BAB. I :       Pendahuluan berisi Latar Belakang Masalah , Rumusan  
Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kerangka Teori,  
Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

---

<sup>62</sup> Naniati, Dina. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

- BAB. II: Tinjauan umum tentang Punk Dalam Budaya Populer, Punk Dalam Video Klip dan Profil Agnes Monica serta Video Klip "*Tak Ada Logika*"
- BAB. III: Analisa Representasi Punk Dalam Budaya Populer yaitu Analisa Simbol Punk Dalam Video Klip "*Tak Ada Logika*".
- BAB. IV: Penutup berisi Kesimpulan, Saran, Saran dan Penutup