

Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sub Budaya (Kajian Fenomenologis terhadap Komunitas Street Punk Semarang)

Dominikus Isak Petrus Berek

Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP Angkatan V

Abstract :

What are the things that disclosed the identity of Street Punk fashion? and what kind of communication is represented Street Punk through fashion? If identity becomes ambiguous Punk by rogue elements who identified himself as a Punk , then there differences in identity between Punk Street Punk and other communities through fashion? In this study fashion as communication with a phenomenological approach, researchers introduce fashion as a way of communicating the identity of a sub culture that exists in our midst. Taking of theoretical approaches to communication and culture, in particular the approach of Malcolm Bernard (1995) and friend's, the author then examines the consequences of communication as identity. The types of identities that observed in everyday life and to a certain statement, may be refuted by ordinary people with common sense, then by researchers in the context of this study, the types of identities that can be observed by the researchers and verified in the experience of the subject scientific.

Key Words: *fashion, subculture, communication, identity.*

Abstraksi

Apa hal-hal yang diungkapkan fashion tentang identitas Street Punk? dan Apa jenis komunikasi yang di-representasikan Street Punk melalui fashion sebagai klaim emage atau identitas? Jika identitas Punk menjadi ambigu oleh oknum-oknum yang mengklaim dirinya sebagai Punk, maka Adakah perbedaan identitas yang riil antara Street Punk dan komunitas Punk lainnya melalui fashion? Dalam penelitian kualitatif dengan kajian fenomenologis ini, peneliti mencoba memperkenalkan fashion sebagai cara berkomunikasi komunitas Street Punk Semarang dalam kondisi yang rancu akibat oknum-oknum yang membuat identitas Punk menjadi ambigu. Hasil penelitian menunjukkan, secara interaksional Punk di Kota Semarang mengalami peningkatan dan Punk di Semarang ini seolah mengalami stagnasi pergerakan, karena aktifitas yang dilakukan tidak hanya berada pada putaran melodi lagu saja (musikalitas), tetapi mereka juga melakukan aktifitas politik individu maupun kolektif yang riil yang divisualisasikan lewat tubuh dan diklaimnya sebagai 'anti kemapanan' dan 'anti penindasan'. Komunitas Punk dalam fragmen yang terpengaruh pada kapitalisme terjebak dalam situasi yang apolitis dan semangat Punk yang ada pada periode sebelumnya diserukan seolah melekat dengan Street Punk yang ada di Semarang saat ini.

Keywords: *fashion, punk, komunikasi, identitas.*

Pendahuluan

Meneliti tentang fashion, bagaimana berpasangan dengan sesuatu yang sangat erat dengan diri kita, fashion memang sudah menjadi bagian penting bagi penampilan keseharian setiap orang. Lebih lanjut, sebagai kajian budaya dan komunikasi, fashion sesungguhnya berucap banyak hal tentang identitas pemakainya. Orang sering membuat kesimpulan tentang siapa dia sebagian juga lewat apa yang dia pakai. Apakah kesimpulan tersebut akurat atau tidak, tak

ayal ia akan mempengaruhi pemikiran orang terhadap pemakainya. Demikian pula sebagai bentuk komunikasi, fashion menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat nonverbal.

Pentingnya fashion dalam proses komunikasi telah mendapatkan sorotan dari berbagai penulis, studi tentang fashion pun sudah banyak dilakukan dengan pelbagai perspektif, ada yang menyoroti peran dan makna pakaian dalam tindakan sosial. Misal, Nordholt (1997:1) yang berasumsi bahwa pentingnya

pakaian dalam konteks sosial menjadi jelas jika kita mencoba membayangkan bagaimana sebuah jalan atau rumah akan terlihat bila orang-orang didalamnya tanpa busana, mereka akan kehilangan penampilan akrab mereka dan akibatnya identitas mereka. Dengan kata lain, fashion bisa dimetaforakan sebagai “kulit sosial dan budaya” (*our social and cultural skin*). Sementara Wilson (1985:3) memandang fashion sebagai “perpanjangan tubuh” (*an extension of the body*), walau bukan sungguh-sungguh bagiannya yang tidak hanya menghubungkan tubuh dengan dunia sosial tetapi juga memisahkan keduanya.

Dalam karya *The Silent Language*, Edward T. Hall (1990:57) juga menyinggung soal fashion sebagai perpanjangan tubuh atau tepatnya bagian tertentu tubuh, meski pandangannya sedikit instrumentalistik. Sedangkan Malcolm Bernard (1995:86) dalam karyanya ‘*Fashion as Communication*’ menjelaskan,

“fashion merupakan fenomena kultural, dalam artian fashion merupakan cara yang di gunakan suatu kelompok atau individu untuk mengonstruksi dan mengkomunikasikan identitasnya dan orang cenderung membuat penilaian berdasarkan atas apa yang dipakai oleh orang lain”.

Lebih lanjut, Malcom menjelaskan, fashion juga dapat disajikan sebagai rangkaian sesuatu yang baru, akibatnya dengan gaya yang mengejutkan menjadi umum dan dimungkinkan untuk dapat diterima. Sistem yang dianggap berlawanan, segera menguatkan kembali dan bahkan bisa menjadi sebuah kejutan dengan memandang fashion Punk yang kini dapat dijumpai dimana saja.

Fashion Punk mungkin bisa dipahami sebagai satu fenomena ideologis yang lebih eksplisit. ini mungkin bisa dilihat dari kalung rantai, tas grombrang dan berbagai unsur-unsur fashion Punk yang *extreme* dengan rancangan yang vulgar, dimana merupakan satu serangan ideologis terhadap nilai-nilai estetika kelas dominan. Bila bukan serangan ideologis terhadap kelas dominan, apa mungkin rantai dan tas grombrang dipakai oleh kelas dominan sebagai fashion, seperti kita ketahui bahwa kelas dominan lebih cenderung mengenakan dekorasi dan perhiasan sebagai fashion. Pakaian dan rancangan yang vulgar dan remeh-temeh bagi kelas dominan guna mendefinisikan tampang Punk, menjadi jelas untuk melihat Punk sebagai kebalikan dari nilai-nilai estetika yang ada pada kelas dominan.

Punk dan fashion yang terilhami oleh Punk atau terkait dengan Punk, telah menjadi atau dibuat menjadi komunitas ini, tidak diketahui pasti kapan masuknya

budaya Punk di Indonesia, namun banyak yang telah menulis tentang awal mula kemunculan sub budaya ini meski muncul dalam beberapa versi. Kompasiana sebagai media warga (*citizen media*) menyebutkan, Punk mulai masuk ke Indonesia sekitar awal 1980 an. Masuknya budaya Punk ke Indonesia diawali pula oleh masuknya musik-musik beraliran Punk, namun perkembangannya tidak sepesat di negeri asalnya. Sejumlah *literature* dan catatan sejarah juga menyebutkan, Punk lahir di London Ingris sekitar awal tahun 1970-an dan secara defenitif Punk berasal dari singkatan “*Public United Nothing Kingdom*” yang artinya sekumpulan anti peraturan kerajaan.

Hal yang perlu dicatat bahwa keberadaan media pada saat kemunculan budaya Punk di Indonesia memang sangat mempengaruhi pengenalan-pengenalan hal-hal yang baru yang datang dari orang-orang yang menguasai teknologi pada zaman itu. Hidup di zaman globalisasi memudahkan bauran budaya asing dengan budaya lokal, ditambah dengan adanya internet sebagai media yang secara langsung menghubungkan orang dengan kehidupan diluar sana. Dengan demikian, proses modernisasi di Indonesia menyebabkan kehadiran budaya Punk sebagai gaya hidup baru, gaya hidup yang awalnya dianut oleh sebagian kaum muda, kemudian berkembang hingga saat ini sekaligus menunjukkan bahwa globalisasi berperan besar dalam penyebaran budaya Punk keseluruhan dunia, meski tidak dalam waktu yang bersamaan.

Semarang sebagai kota raya dan Ibu kota Jawa Tengah dengan semboyan Kota ATLAS akronim (Aman, Tertib, Lancar, Asri dan Sehat), yang merupakan slogan pemeliharaan keindahan kota. Sebagai kota ATLAS, ia menyerap banyak pendatang dan di kota ini pula terdapat banyak remaja perkotaan yang berekspektasi sebagai anak Punk, tak heran penganut dari komunitas Punk ini pun terus bertambah dari waktu ke waktu, yang menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang tertarik untuk ambil bagian menjadi anggota komunitas tersebut. Namun ironisnya, semakin banyak orang yang mengklaim dirinya sebagai Punks (sebutan untuk anak Punk), bukanlah dihadapkan pada suatu hal yang positif, justru sebaliknya. Akibatnya, masyarakat semakin mempertanyakan keberadaan mereka yang berujung pada penolakan.

Bila metafora budaya manusia sebagai suatu proses yang didalamnya terdapat pertumbuhan menuju kematangan mengikuti garis perkembangan, maka budaya lain mungkin dikritik dan dianggap belum mapan dan menjadi satu hal yang wajar jika dihadap-

kan pada kenyataan bahwa Punk merupakan kelompok minoritas. Ketika perkembangan fashion, model busana, rancangan pakaian, gaya kostum di Tanah Air mencapai titik yang mengesankan sekaligus *up-to-date*, jalan-jalan dihiasi dengan fashion yang menawarkan model terkini, *shopping mall* dan pusat perbelanjaan dipenuhi dengan *display* model mutakhir, etalase toko, *outlet* dan butik dipajang busana dengan corak dan warna yang sengaja dirancang untuk merangsang cita rasa dan memikat konsumen, Punk justru mendobrak batasan itu dengan model fashion yang *extreme* dan rancangan yang vulgar.

Apa yang terjadi dalam contoh-contoh di atas, dapat dijelaskan sebagai ide-ide dan keyakinan yang berbeda tentang estetika, diekspresikan lewat keyakinan dan ide yang berbeda pula. Cara yang digunakan Punk adalah untuk menarik perhatian pada ketidakalamiahannya konsepsi-konsepsi *alternative* kelas dominan tentang fashion. Dalam kondisi ini, ada kerumitan yang lebih jauh untuk melihat bagaimana fashion Punk kemudian menjadi bentuk komunikasi dan fenomena kultural. Namun, paling tidak sedikit memudahkan pemahaman peneliti untuk melihat dua hal itu sebagai cara yang digunakan kelompok Punk untuk mengonstruksi dan mengkomunikasikan identitasnya.

Tak ayal, kondisi ini juga menyuguhkan pandangan peneliti dengan mengacu pada sejarah fashion yang di ungkapkan oleh Tylor (1997:113) dengan menyatakan bahwa sejarah fashion datang dari 'golongan kaya dan ningrat'. Oleh Taylor dijelaskan sebagai gaya dan penampilan kaum *aristocrat* dan borjuasi. Hal ini kiranya benar untuk mengklaim fashion Punk yang 'nyeleneh' hadir dibalik pusaran *industry mode* yang gemerlap dan gaya hidup kaum *dandy* yang *ne-cis*. Suatu ekspresi yang kontras yang telah dipertontonkan oleh Punk melalui fashion, menjadi jelas untuk melihat fashion Punk sebagai prinsip persamaan yang dibuat menjadi keyakinan dari Punk itu sendiri dan jelas bahwa fashion menjadi konstituen penting dalam kondisi ini.

Pertanyaan lain yang kiranya langsung muncul setelah menyatakan bahwa fashion Punk merupakan bentuk komunikasi atau dengan mengacu pada kata-kata tersohor dari Umberto Eco (1973:57) dengan menyatakan '*I speak through my clothes*'. Meski pernyataan Eco ini secara harafiah tidaklah tepat, namun komunikasi sebagai pengirim dan penerimaan pesan oleh Fiske (1990:41) akan memudahkan peneliti untuk memahami komunikasi dengan didasarkan pada kajian Fiske tentang dua mazhab komunikasi. Ma-

zhab pertama bisa disebut sebagai 'proses', karena komunikasi dipandang sebagai suatu proses dimana seseorang menyatakan sesuatu pada orang lain dengan menggunakan satu atau lebih medium dengan beberapa efeknya dan fashion menjadi medium penting yang dipergunakan seseorang untuk menyatakan sesuatu pada orang lain dengan maksud mendorong terjadinya suatu perubahan.

Dalam konteks fashion sebagai komunikasi, model diatas memiliki beberapa kekuatan yang langsung diketahui secara gamblang dan kiranya benar secara intuitif untuk menyatakan bahwa seseorang mengirim pesan tentang dirinya sendiri melalui fashion yang dipakainya. Anggapan umum mungkin akan menunjukkan bahwa itulah yang dimaksudkan pemakainya sebagai *co-sender* guna menunjukkan identitasnya, namun hal yang kiranya perlu di garis bawahi adalah pemahaman tentang pembentukan identitas yang mana bukanlah hal yang sederhana, karena tidak pernah bergerak secara otonom, tapi dipengaruhi oleh berbagai macam faktor yang beroperasi bersama-sama. Pada titik inilah mungkin mazhab kedua atau model komunikasi kedua dari Fiske (1990:43) yang juga disebut sebagai model strukturalis, kiranya benar dengan merumuskan kelompok memainkan peran penting dalam interaksi sosial sebagai tindakan yang mendasari individu sebagai anggota kelompok atau budaya tertentu sebagaimana kenyataan subyektif berhubungan secara dialektis dengan masyarakat.

Keadaan diatas juga dapat dipahami secara harafiah, dengan mengacu pada konteks komunikasi yang dapat dijelaskan sebagai pesan. Dalam konteks ini, pesan adalah maksud pengirim dan pesan itu sendiri ditransmisikan melalui fashion dalam proses komunikasi. Dengan begitu, komunikasi membuat individu menjadi anggota suatu kelompok dan komunikasi sebagai interaksi sosial melalui fashion yang mana menjadikan individu sebagai anggota komunitas itu sendiri. Namun perlu di tegaskan pula bahwa bukan semata-mata individu mengklaim dirinya sebagai anggota kelompok Punk lalu mengomunikasikan identitasnya, akan tetapi keanggotaan itu juga perlu adanya negosiasi yang dibangun melalui komunikasi kemudian dibentuk menjadi kelompok barulah diperjuangkan menjadi suatu identitas kolektif. Mungkin dalam konteks inilah Douglas Kellner (1979:95) dalam karyanya '*The World of Goods*' menyatakan bahwa,

"Manusia membutuhkan barang-barang untuk berkomunikasi dengan manusia lain dan untuk memahami apa yang terjadi di sekelilingnya dan untuk

berkomunikasi hanya bisa dibentuk oleh sistem makna yang terstruktur”.

Lebih jelasnya, dalam artian fashion sebagai komunikasi kiranya apa yang dinyatakan oleh Kellner ini pun tampaknya memiliki beberapa hal yang bisa dipahami dengan baik. Misalnya, ambilah pokok persoalan yang berkenaan dengan komunikasi sebagai interaksi sosial. Hal ini menjadi jelas dengan melihat orang-orang yang mengenakan tas gombrang, sepatu boot, rambut mohawk, ikat pinggang berpeluru, rantai-rantai mengkilap, celana street, silet, peneti, *pierching* (tindikan), *tattoo* hingga pemasangan *emblem* pada pakaian yang menunjukkan orang-orang itu adalah Punk. Itulah interaksi sosial dengan menggunakan fashion, yang membuat individu dapat diidentifikasi sebagai anggota dari suatu kelompok kemudian berinteraksi secara sosial. Juga sebagaimana dijelaskan diawal, bahwa fashion merupakan penampilan luar yang dengannya orang menempatkan diri terpisah dari yang lain dan diidentifikasi sebagai suatu kelompok tertentu kemudian individu di pacu untuk meraih identitas positif kelompoknya melalui interaksi sosial, dengan demikian akan senantiasa meningkatkan identitas diri (*self-identity*).

Selain pemahaman diatas, juga sebagaimana dinukil dari pernyataannya Kellner (1996:361) dengan menyatakan bahwa identitas bersifat sosial dan berkaitan dengan yang lain. Para teoritikus identitas dari Hagel hingga G. H. Mead, juga seringkali mencirikan identitas terkait dengan pengakuan yang saling menguntungkan atau yang dikenal dengan istilah '*mutual recognition*'. Ini seolah identitas Punk bergantung pada pengakuan orang lain terhadapnya melalui interaksi sosial, karena pada dasarnya setiap individu dalam suatu kelompok senantiasa mendefinisikan diri, mencari jati diri dan membentuk identitasnya. Walaupun sulit untuk digeneralisasi, tapi pemahaman bahwa tiap orang akan berinteraksi satu sama lain membentuk identitas dalam konteks tertentu dan kegagalan dalam memperoleh identitas diri dari kelompok mayoritas secara otomatis akan mendorong individu dalam kelompok Punk lebih menambah intensitas orientasi pergerakan atau mencari jalan lain akan tetapi tetap dalam koridor visualisasi tubuh.

Selanjutnya dalam penelitian budaya, kajian fenomenologi tidak dipengaruhi secara langsung oleh filsafat fenomenologi, tetapi oleh perkembangan dalam pendefinisian konsep kebudayaan itu sendiri. Dalam hal ini, Prof. Dr. Engkus Kuswarno (2005:49) mempertegas, “Jika peneliti berupaya menggambarkan fenomena suatu komunitas menurut pandangan

mereka sendiri, maka tradisi yang paling sesuai pada penelitiannya adalah fenomenologi”. Mungkin karena itulah dalam fenomenologi lebih menggunakan tata pikir logik daripada sekedar linier kausal. Tujuan penelitian fenomenologi budaya sosial adalah ke arah membangun ilmu ideografik budaya itu sendiri. Tradisi studi Fenomenologis menurut Creswell (1997:271), adalah:

“Whereas a biography reports the life of a single individual, a phenomenological study describes the meaning of the life experiences for several individuals about a concept or the phenomenon”.

Anggapan serupa juga datang dari Littlejohn (1996:204) dengan menyatakan *“Phenomenology makes actual lived experience the basic data of reality”*. Dengan demikian, studi dengan pendekatan fenomenologis berupaya untuk menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala, termasuk didalamnya konsep diri atas pandangan mereka sendiri dan disesuaikan dengan kenyataan yang ada. Lebih dari itu dengan merujuk pada uraian diatas, kaitanya dengan fashion sebagai bentuk komunikasi, penulis mencoba menyimpulkan bahwa fashion Punk bisa dikatakan sebagai suatu bentuk medium untuk mencapai identitas kolektif yang bisa menjadi cerminan pribadi individu yang berada di dalamnya dan dalam konteks ini identitas merupakan gabungan dari aspek eksternal yang membentuk identitas dan aspek eksternal itu adalah pengalaman hidup individu dengan struktur sosial yang mengelilinginya.

Struktur-struktur sosial historis tertentu melahirkan tipe-tipe identitas, yang bisa dikenali. Tipe-tipe identitas yang diamati dalam kehidupan sehari-hari dan untuk suatu pernyataan tertentu mungkin bisa disangkal oleh orang biasa dengan akal sehat, kemudian oleh peneliti dalam konteks penelitian ini, tipe-tipe identitas itu bisa diamati dan diverifikasi dalam pengalaman subyek secara ilmiah. Dalam kajian budaya, fashion merupakan konstituen penting bagi pembentukan identitas, dengan demikian peneliti beranggapan bahwa, fashion memiliki pengaruh yang besar sebagai kendali sosial. Mengingat revolusi Punk yang terus-menerus semakin berkembang hingga terkomodifikasi dengan berbagai macam aliran, dengan demikian pada penelitian ini, penulis memilih komunitas Street Punk Semarang sebagai subyek dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dan ditinjau dari kaca mata komunikasi, maka dapat dikemukakan rumusan masalahnya,

yaitu: Apa hal-hal yang diungkapkan fashion tentang identitas Street Punk? dan Apa jenis komunikasi yang direpresentasikan Street Punk melalui fashion sebagai klaim *emage* atau identitas? Jika identitas Punk menjadi ambigu oleh oknum-oknum yang mengklaim dirinya sebagai Punk, maka Adakah perbedaan identitas yang riil antara Street Punk dan komunitas Punk lainnya melalui fashion?

Adapun tujuan penelitian ini adalah, penelitian ini bertujuan mengetahui hal-hal yang diungkapkan fashion tentang identitas Street Punk dan jenis komunikasi yang direpresentasikan Street Punk melalui fashion serta perbedaan identitas yang riil antara Street Punk dan komunitas Punk lainnya melalui fashion.

Metodologi Penelitian

Desain penelitian ini merupakan kajian fenomenologi dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dimana dalam penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus-menerus di sesuaikan dengan kenyataan di lapangan. Jadi, tidak menggunakan desain yang telah di susun secara ketat dan kaku sehingga tidak dapat di rubah lagi. Salah satu karakteristik penelitian kualitatif adalah menganggap makna sebagai perhatiannya. Merujuk pada ungkapan dari Moustakas (1994:21) dengan mengacu pada bahasan-bahasannya yang membahas doktrin-doktrin filosofis dan prosedur-prosedur dalam metode fenomenologi, maka strategi penelitian ini didalam desainnya peneliti mengidentifikasi hakikat suatu fenomena berdasarkan pengalaman individu-individu yang berstatus sebagai anggota komunitas Punk Semarang. Untuk itu, peneliti perlu mengkaji subyek penelitian dengan terlibat langsung guna mengembangkan pola-pola dan relasi makna-makna yang ada.

Dalam proses ini, peneliti mengesampingkan terlebih dahulu pengalaman-pengalamam pribadi agar dapat memahami pengalaman-pengalaman subyek yang akan diteliti, karena pendekatan fenomenologi merupakan tradisi riset kualitatif yang berakar pada filosofi dan psikologi serta dan berfokus pada pengalaman subyek itu sendiri. Lebih lanjut, pendekatan fenomenologi menggunakan pengalaman hidup sebagai alat untuk memahami secara lebih baik tentang sosial dan budaya dimana pengalaman itu terjadi. Gagasan ini juga dipertegas oleh Littlejohn (1996:204) dengan menyebutkan "*Phenomenology makes actual lived experience the basic data of reality*" dan metode penelitian kualitatif dirasakan lebih cocok dan relevan dengan realitas yang akan diteliti

karena berupaya menggali dan memahami bagaimana fashion yang kemudian jadi bentuk komunikasi identitas dalam produksi kultural.

Situs penelitian : Penelitian ini dilakukan di kota Semarang. agar peneliti bisa melakukan penetrasi atas sistem pemaknaan dari komunitas Street Punk, karena peneliti juga tinggal di Semarang. Melalui kontak dengan komunitas yang berkelanjutan, peneliti dapat menjaga keterikatan di dalam kehidupan, ritual-ritual, perayaan-perayaan, dan permasalahan yang dimiliki para informan. Kesuksesan peneliti dalam menjaga hubungan kolaboratif dengan informan mendukung validitas dan generalisasi temuan dalam penelitian ini.

Subyek Penelitian : Individu yang berstatus sebagai anggota Street Punk Semarang, dimana nantinya individu-individu ini diharapkan peneliti dapat menceritakan apa yang ia ketahui tentang hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian berdasarkan pengalamannya sendiri dan nantinya informan akan di pilih secara acak untuk mengumpulkan informasi sesuai kebutuhan penelitian.

Jenis Data : Penelitian kualitatif menggunakan data berupa : teks, kata-kata tertulis, frasa-frasa atau simbol-simbol yang menggambarkan atau merepresentasikan orang-orang, tindakan-tindakan dan peristiwa-peristiwa dalam kehidupan sosial. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan data secara kualitatif dengan kajian fenomenologi berupa "*participant observation*" dan "*indepth interview*" untuk menggambarkan atau merepresentasikan fenomena pada komunitas Sreet Punk di kota Semarang melalui fashion.

Sumber data diperoleh dari :

1. Data Primer (data yang diperoleh langsung dari sumbernya yaitu komunitas Street Punk di Semarang sebagai subyek penelitian).
2. Data Sekunder (data yang diperoleh tidak langsung dari sumbernya yaitu *literature* dan informasi umum tentang komunitas Street Punk Semarang serta informasi dari media massa dan masyarakat).

Studi Pustaka (*Literature*) : Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan studi pustaka secara konsisten diman terdapat keterkaitan atau relevansinya dengan asumsi-asumsi yang berasal dari partisipan, juga dalam penelitian ini peneliti akan konsisten untuk tidak memberi ruang bagi pandangan pribadi peneliti. Untuk mencari teori, konsep dan juga informasi yang berhubungan dengan penelitian ini dimana dapat dijadikan landasan untuk menjustifikasi

dan memandu penelitian ini, maka penulis terlebih dahulu melakukan studi kepustakaan untuk menemukan *literature* atau sumber bacaan yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian lapangan.

Studi pustaka dimaksudkan, dimana peneliti mencari data dengan mengadakan penelaahan terhadap buku-buku, *literature* atau karya tulis yang bersifat ilmiah yang memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Melalui studi pustaka ini diharapkan mendapat dukungan teori dalam pembahasan masalah, yaitu dengan mengutip pernyataan atau pendapat para ahli, hal ini diharapkan akan memperjelas dan memperkuat pembahasan yang akan diuraikan. Dengan kata lain, setiap penelitian memerlukan bahan yang bersumber dari perpustakaan, dan bahan-bahan itu sendiri meliputi buku-buku, majalah, dan bahan dokumenter lainnya termasuk didalamnya *internet searching*.

Studi Lapangan :

1. Observasi : Sebagaimana dikutip dari Jhon W. Creswell (2009:267) dengan menyatakan bahwa, observasi kualitatif merupakan observasi yang didalamnya peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktifitas individu-individu di lokasi penelitian Adapun observasi langsung ini dilakukan untuk mendapatkan secara langsung data-data yang dibutuhkan selama berlangsungnya kegiatan yang diamati tersebut. Selain mengamati kegiatan dari observasi langsung ini penulis dapat langsung menentukan orang-orang yang dianggap mampu menjadi narasumber dalam pengumpulan data-data yang dibutuhkan penulis.
2. Wawancara: Dalam wawancara kualitatif, peneliti dapat melakukan *face-to-face interview* (berhadapan-hadapan). dengan partisipan, mewawancarai mereka dengan telepon, atau terlibat dalam *focus group interview* (wawancara dalam kelompok). Dalam kasus ini, wawancara-wawancara semacam ini tentu saja memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang secara umum tidak terstruktur (*unstructured*) dan bersifat terbuka (*open ended*) yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari para informan (Jhon W. Creswell, 2009:267).
3. Dokumentasi: Dalam proses penelitian, peneliti juga bisa mengumpulkan dokumen-dokumen kualitatif. Dokumen ini bisa berupa dokumen publik (seperti foto, koran, dan makalah) ataupun dokumen yang bersifat privat (seperti catatan harian, diary dan e-mail). Dalam kasus ini do-

kumen merupakan setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari record, yang di persiapkan karena adanya permintaan bukti penelitian. Dokumentasi berasal dari catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen yang di dapatkan dalam penelitian ini merupakan berupa foto-foto aktifitas peneliti dan semua informan sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan meramalkan (Jhon W. Creswell, 2009:268).

4. *Internet Searching*: Dalam era globalisasi ini, perkembangan *Internet* yang sudah semakin maju pesat serta telah mampu menjawab berbagai kebutuhan masyarakat saat ini memungkinkan para akademisi untuk menjadikan media *online* seperti forum diskusi, *zine*, *framing*, *web-site*, *blog* dan sebagainya menjadi salah satu medium atau ranah yang sangat bermanfaat bagi penelusuran berbagai informasi, mulai dari informasi teoritis maupun data-data primer ataupun sekunder yang diinginkan oleh peneliti untuk kebutuhan penelitian.
5. Teknik Penentuan Informan: Untuk sebuah studi fenomenologis dalam penelitian kualitatif, criteria informan yang baik adalah : "*all individuals studied represent people who have experienced the phenomenon*". Jadi lebih tepat memilih informan yang benar-benar memiliki kapabilitas karena pengalamannya dan mampu mengartikulasikan pengalaman dan pandangannya tentang pertanyaan penelitian (Jhon W. Creswell, 1998:118).
6. Analisis dan interpretasi data: Ini merupakan sebuah proses yang kreatif, namun dalam pelaksanaannya terdapat metoda yang secara eksplisit dan sistematis sebaiknya digunakan peneliti untuk menganalisis dan menginterpretasikan data tekstual. Meskipun setiap pendekatan terhadap analisis kualitatif dicirikan oleh aspek-aspek yang unik, namun proses koding merupakan haal yang paling umum dalam studi kualitatif "*open coding, axial coding, and selective coding*" (Pedoman Penulisan Karya Ilmiah FisipUndip, 2010:20). Dalam penelitian ini dimana menggunakan analisis kualitatif, peneliti sangat dituntun oleh apa yang telah dikatakan para informan. Karena itu, peneliti tidak boleh memulai dengan ide-ide atau gagasan-gagasan sendiri dan mencoba mencocokkan dengan apa yang dikatakan para informan, tetapi sebaliknya. Kemudian dari informan itu sendiri dapat dilihat kata kunci apa yang nantinya

muncul berkali-kali.

Tinjauan Pustaka

Guna mendukung penetapan masalah penelitian dan pembahasan yang akan diungkapkan, maka diperlukan tinjauan pustaka atau teori yang adekuat. Sebab tinjauan pustaka atau teori akan mendasari pengungkapan masalah dan pembahasan hasil penelitian yang menyeluruh. Untuk mencari teori, konsep dan juga informasi yang berhubungan dengan tulisan ini, yang dapat dijadikan landasan dalam penelitian, maka penulis terlebih dahulu melakukan studi kepustakaan untuk menemukan *literature* atau sumber bacaan yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian lapangan.

Setiap penelitian tentu memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroti masalah. Untuk itu, perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disoroti. Dengan kata lain, teori digunakan peneliti untuk menjustifikasi dan memandu penelitian.

Dalam penelitian ini, teori-teori yang relevan adalah:

- Fashion sebagai Komunikasi (*Fashion as Communication*).
 - a. Komunikasi (*Communication*).
 - b. Budaya (*Culture*)
 - c. Simbol Politis (*Political Symbol*)
 - d. Revolusi dan Perlawanan (*Revolution and Resistance*)
- Identitas sosial (*Social Identity*).

Selanjutnya akan dikemukakan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang dinilai relevan dengan penelitian ini. Yang dimaksud relevan di sini adalah adanya kesamaan atau kemiripan pada masalah penelitian dan subyek penelitian secara sistematis dan analitik, kemudian nantinya peneliti akan menarik benang merahnya dari penelitian ini.

- Penelitian terdahulu (*State of The Art*)

1. Identitas Diri Anggota komunitas Punk Di Bandung

Pada penelitian sebelumnya, di tulis dalam sebuah jurnal dengan judul “Identitas Diri Anggota Komunitas Punk Di Bandung”, oleh Dian Maria Sari, Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, 2010. Penelitian kualitatif yang juga menggunakan metode fenomenologi ini, identitas di jelaskan dalam tiga kategori, diantaranya identitas diri yang masih aktif men-

jadi anggota Pungkers, identitas yang sudah merasa bosan dan bingung menjadi Pungkers, dan identitas individu yang sudah keluar dari komunitas Pungkers.

Dari ketiga kategori ini diungkapkan penyebab awal masa dewasa menjadi Pungkers adalah, pengasuhan yang tidak ‘senang’ dengan sistem, kebutuhan berafiliasi, penolakan terhadap sistem, pengembangan kognisi dan adaptasi. Temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa, perilaku menjadi Pungkers hanya memiliki ‘kenyamanan’ perasaan. Sedangkan identitas diri Pungkers yang sudah mulai merasa bosan dan sudah keluar dari komunitas Pungkers, memiliki ketidaknyamanan perasaan yang timbul akibat konflik internal. Dalam penelitian ini, Dian juga menyebutkan bahwa tujuan yang sudah dicapai oleh Pungkers adalah identitas yang sudah mencapai kebebasan, tanggung jawab dan komitmen dalam berkreatifitas.

2. Memahami Pengalaman Negosiasi Identitas Komunitas Punk Muslim di Dalam Masyarakat Dominan

Penelitian serupa juga di tulis oleh Muhamad Reza Mardiansyah dalam Skripsinya yang berjudul “Memahami Pengalaman Negosiasi Identitas Komunitas Punk Muslim di Dalam Masyarakat Dominan” Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro, 2013. Pada penelitian ini Muhamad Reza mengungkapkan, munculnya Punk di Indonesia selalu dihadapkan dengan *stereotype* masyarakat dominan yang masih memandang komunitas Punk sebagai kelompok yang identik dengan keonaran, ketidakmapanaan dengan hidup dijalan dan sering mabuk-mabukan.

Stereotype yang berkeembang mengenai komunitas Punk pada umumnya memengaruhi komunitas Punk Muslim dalam membangun identitasnya yang ingin merubah pandangan masyarakat terhadap komunitas Punk menjadi positif. Temuan penelitian berisikan tentang Anggota masyarakat yang melabelkan *stereotype* kepada komunitas Punk Muslim dipengaruhi oleh minimnya komunikasi yang sejalin antara masyarakat dan komunitas Punk Muslim akibat adanya *stereotype* tersebut.

3. Konstruksi Identitas Komunitas Punk Maladaptif Terros Crew

Penelitian lain yang juga mengkaji tentang masalah identitas budaya dengan subyek penelitian komunitas Punk di tuliskan pada sebuah skripsi yang berjudul “Konstruksi Identitas Komunitas Punk Maladaptif Terros Crew” oleh Arif Fajar Nugroho, Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UNS Surakarta, 2013. Dalam penelitian ini, mengkaji iden-

titas dan Punk sebagai suatu kajian konstruksi identitas. Penelitian yang juga menggunakan pendekatan fenomenologi ini menginterpretasikan bagaimana komunitas Punk Maladaptif Teros Crew memahami dan memaknai simbol-simbol yang ada pada komunitas mereka.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori simiotika, hasil penelitian menemukan bahwa terdapat berbagai macam produk yang dihasilkan oleh Maladaptif Terror Crew yang dipahami oleh anggota komunitas secara berbeda dengan masyarakat umum. Berdasarkan analisis data terdapat pengelompokan konstruksi identitas yang dibangun oleh komunitas Punk tersebut, konstruksi identitas tersebut mengarah pada konstruksi identitas internal dan eksternal.

Dari ke tiga penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan telah di ulas secara ringkas, dapat di tarik benang merahnya sebagai berikut:

Merujuk pada penelitian sebelumnya, maka dapat dikemukakan bagian yang lebih penting dalam penelitian ini dengan mengacu pada upaya untuk menjelaskan atau menggunakan metafora yang tepat, yaitu peneliti berupaya mengorek apa saja yang terlibat dalam konsep-konsep keseharian atau konsep-konsep yang khusus seperti fashion, komunikasi dan identitas. Secara umum, menggunakan cara deduktif untuk menguraikan alasan-alasan yang bersifat general menuju alasan yang bersifat spesifik atau induktif dengan instrument yang tepat. Untuk itu, pada bagian awal penulisan ini diuraikan ide bahwa fashion merupakan sarana komunikasi dengan mengacu pada fashion Punk sebagai sarana atau medium komunikasi artifaktual.

Pembahasan

Jika merujuk pada teori fashion oleh Malcolm Barnard (1995) dalam karyanya '*Fashion as Communication*' disebutkan, "Fashion digunakan untuk menunjukkan nilai sosial atau identitas, dan orang sering membuat penilaian berdasarkan atas apa yang dipakai oleh orang lain. Lebih lanjut Malcolm menjelaskan, Fashion juga merupakan salah satu cara bagi suatu kelompok untuk mengidentifikasi dan membentuk dirinya sendiri sebagai suatu kelompok. Dalam konteks ini jelas bahwa pemaknaan muncul dari interaksi sosial yang saling dipertukarkan setiap orang, premis ini yang nantinya akan mengantarkan kepada "konsep diri" seseorang dan kelompok/komunitas dan sosialisasinya kepada keseluruhan kelompok

sosial yang lebih besar, yaitu masyarakat. Premis pertama, bahwa manusia bertindak atau bersikap terhadap manusia lainnya pada dasarnya dilandasi atas pemaknaan yang mereka kenakan kepada pihak lain. Dengan demikian, dapat di jelaskan bahwa makna tidak muncul atau melekat pada sesuatu atau suatu objek secara alamiah.

Secara umum, komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksud oleh pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima. Semakin besar kaitan antara apa yang komunikator maksud dengan yang komunikan terima, maka semakin efektif pula komunikasi yang dilakukan. Komunikasi yang efektif dapat menimbulkan pengertian, mempengaruhi sikap, hubungan sosial dan tindakan. Dengan demikian dari beberapa definisi ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan atau tanpa perantara yang bertujuan untuk mengubah pandangan, sikap, pendapat dan perilaku komunikan.

Pada uraian sebelumnya, fashion disebutkan sebagai fenomena kultural sejauh ia menunjukkan praktik-praktik penandaan. Melalui fashion, dengan caranya sendiri dialami dan dikomunikasikan tatanan sosial. Disini ada peringatan yang menunjukkan semua contoh yang disajikan sejauh ini dianggap memiliki fungsi komunikatif, Roach dan Eicher (1997) menunjukkan, misalnya fashion secara simbolis mengikat satu komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa kesepakatan sosial atas apa yang dikenakan merupakan ikatan sosial itu sendiri yang pada gilirannya akan memperkuat ikatan sosial lainnya. Fungsi mempersatukan dari fashion berlangsung untuk mengkomunikasikan keanggotaan satu kelompok kultural pada orang-orang diluar kelompoknya.

Melengkapi sesuatu seperti memasukan fashion dalam pisau analisis fenomenologi diperlukan agar memberikan sesuatu seperti kajian utuh atas fenomena kultural Street Punk. Hal ini dikarenakan fashion Street Punk bukan sekedar fenomena publik atau privat, dalam artian, karena fashion berada pada tapal batas antara subyek dan obyek atau dengan kata lain dapat dijelaskan sebagai representasi sesuatu seperti batas atau garis diantara pesona ekterior publik dengan identitas interior privat. Gaya pakaian, dandanan, rambut, segala macam asesoris yang menempel atau pilihan-pilihan kegiatan yang dilakukan, adalah bagian dari pertunjukan identitas kelompok dan yang diikuti keanggotaannya.

Street Punk merupakan salah satu kelompok yang memainkan peranan penting dalam kebudayaan anak muda yang dijuluki juga sebagai “Pungkers” ini, karena ciri khasnya memakai jaket kulit, celana jeans ketat, rambut mohawk, asesoris serba nyentrik. Penampilan mereka yang tampak ‘*ekstreme*’ secara substansial sangat berbeda dengan penampilan para ‘*teddy boy*’ yang sangat dandy dan flamboyant, seperti sepatu kulit mengkilap serta jas dan blazer yang rapi. Semua hal yang telah dipertontonkan lewat tubuh, serta berbagai macam asesoris pelengkapannya lebih dari sekedar demonstrasi penampilan, melainkan demonstrasi identitas.

Berangkat dari informasi yang dihimpun dilapangan selama proses penelitian berlangsung, menunjukkan bahwa dari bermunculnya berbagai macam komunitas Punk dengan ada yang melanjutkan cita-cita para pendahulunya yang tetap membawa ideologi Punk yang mereka pahami dan ada pula sebagian yang tidak mengetahui arti dari ideologi Punk tersebut dan baginya hanya sebagai medium untuk tampil di muka umum dengan segala atribut Punk yang dikenakan dan meniru kiblat Punk, hal menjadi jelas untuk menghantarkan pandangan peneliti pada kondisi yang sangat rancu, dimana kondisi ini sudah sangat jauh berbeda dengan defenisi Punk sesungguhnya dan cenderung menghasilkan dampak yang memunculkan pemaknaan negatif atau peyimpangan, akibatnya sering diberi label hitam (*stereotype*) oleh masyarakat kepada kelompok/komunitas Punk.

Kondisi ini juga tentu menghadapkan kita pada satu situasi dengan penuh tanya, dimana terjadi hegemoni penyeragaman secara tidak sadar ataupun sadar. Namun keadaan ini rasanya cukup normal, karena situasi dan kondisinya yang berada dalam kehidupan akan senantiasa terjadi perubahan, meski demikian masih ada komunitas kolektif Punk dengan rambut Mohawk-nya serta dandanan yang nyentrik yang masih menjalani ideologi Punk secara konsisten. Penelusuran peneliti pun berujung pada komunitas Punk yang berada di Semarang, yaitu komunitas Street Punk.

Street Punk yang berorientasi di kota Semarang ini merupakan komunitas Punk yang lebih dikenal dalam hal fashion dibanding tingkah laku yang mereka perlihatkan. Disebutkan Street Punk merupakan sebuah gerakan perlawanan anak muda yang berlandaskan pada keyakinan ‘*We can do it your self*’. Ciri khas yang menjadi identitas dari Street Punk antara lain, *bloonder*, *boot*, *bullet*, celana street, *dreadlock*, *feather cut*, *flanel*, rambut *mohawk*, *piercing*, *tat-*

too, *spike*, *tupper* hingga pemasangan *emblem* pada pakaian. Bagian dari Street Punk itu sendiri antara lain, HardCore, HardSkin dan Scoin Kore. Kelompok Street Punk beranggapan bahwa merekalah yang benar-benar mengerti arti Punk ‘*who I am*’ akan memiliki *Punk’s attitude*. Artinya mereka melakukan sesuatu dengan benar-benar mengetahui alasan mengapa seperti ini, mengapa seperti itu.

Tidak berhenti di situ, seiring dengan perkembangan budaya di tanah air, Street Punk di Semarang pun mulai mengalami stagnasi dan diakui serta dipahami oleh golongan remaja di Semarang atau paling tidak sebagiannya. Street Punk juga bermetamorfosis pada usaha dalam bidang fashion. Misal, komunitas Street Punk di Jl.Simpang Lima Semarang, mengelilingi dua Mall besar (Matahari-Citraland) di pinggiran jalan ini komunitas Street Punk membuka Lapak (*places selling*) dan mendistribusikan berbagai macam produk khas Punk, berupa T-shirt (bordir dan sablon), aksesoris (rantai, gelang, tindikan (*body piercing*) Sepatu Boots (di produksi sendiri dengan bahan berkualitas), jasa tattoo dan jasa tindik serta berbagai aksesoris-aksesoris Punk lainnya.

Selain distribusi, Street Punk juga memproduksi produk jualannya secara mandiri (tanpa sokongan/sponsor), etika semacam inilah yang melekat dan lazim disebut DIY (*Do It Yourself Culture*). Memproduksi dengan bahan-bahan berkualitas, tidak heran bila Street Punk juga menjual produk jualannya dengan harga yang mahal. Perlu di ingat juga bahwa, Street Punk di Semarang sepanjang perkembangannya merupakan kelompok Punk dari masyarakat kelas menengah. Dengan demikian, jelaslah bahwa identitas Street Punk Semarang tidak di asosiasikan dengan anak jalanan yang mengklaim kelompok atau dirinya sebagai Punk tanpa memahami arti Punk itu sendiri, melainkan Punk dari masyarakat kelas menengah yang dibentuk sebagai gaya hidup dan kreativitas individual yang dikolaborasikan secara kolektif.

Lebih lanjut, dengan gaya yang seperti ini tentu tidak dipungkiri bahwa komunitas Street Punk tidak bisa disebut gagap teknologi (*gaptek*), karena dunia maya pun menjadi salah satu jalur perkembangan komunitas Punk untuk saling berkomunikasi atau bertukar informasi dan berdiskusi melalui forum *online*. Parameternya adalah kuantitas dan kualitas aktivitas, bermusik, pembuatan *fanzine* (publikasi internal), *movement* (gerakan), hingga pembuatan situs. Segala macam penerimaan buruk yang telah didapatkan, ternyata tidak menghalangi kemauan untuk tetap eksis dalam tekanan yang telah diberikan oleh kelom-

pok mayoritas. Solidaritas terhadap masyarakat yang masih tertindas oleh penguasa akan tetap dipelihara oleh komunitas Street Punk.

Selanjutnya penulis akan mengungkapkan pesan dan arti visualisasi tubuh sebagai komunikasi artifisial melalui fashion komunitas Street Punk Semarang. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, dinukil dari kata-kata tersohor dari Umberto Eco (1973:59), *'I speak through my cloth'* / 'Aku berbicara lewat pakaianku', kiranya benar secara intuitif untuk menyatakan bahwa Street Punk mengirim pesan melalui fashion yang mereka kenakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa Street Punk ada dalam ruang konseptual atau berada diantara begitu banyak hal-hal yang berlawanan dan cukup menggoda bagi penulis untuk bisa menjelaskan profil-profil ambigu yang direpresentasikannya dan menjadi hal yang sangat menarik ketika pesan komunikasi yang disampaikan oleh Street Punk, diklaimnya sebagai *emage* 'anti kemapanan' dan 'anti penindasan'.

Dengan begitu, fashion Street Punk dapat membuat individu menjadi cerminan atas identitas, yang berarti sebagai interaksi sosial melalui pesan membuat individu atau anggota kelompok Street Punk dapat berinteraksi melalui apa yang mereka pakai. Dalam konteks ini, individu dipacu untuk meraih identitas positif kelompoknya dan dengan demikian, hal ini juga akan meningkatkan harga diri (*self-esteem*) individu sebagai anggota kelompok. Esensi anti kemapanan disini oleh mereka bukan diartikan sebagai hidup secara tidak layak, tetapi merupakan bahasa sosial untuk menentang kapitalis yang menciptakan masyarakat mapan yang berkuasa terhadap masyarakat kecil. Sedangkan anti penindasan disebutkan sebagai pengungkapan kebebasan yang disertai tanggung jawab atas apa yang ia perbuat. Baik itu kebebasan berfikir, menyatakan pendapat atau pun kebebasan memilih.

Disisi lain, temuan penulis berujung pada satu titik dimana terdapat beberapa orang yang juga sering diinterpretasikan oleh masyarakat sebagai Punk, seperti gaya rambut Mohawk tentu sangat terpampang jelas oleh orang-orang ini. Namun ironisnya ketika diwawancarai, orang-orang ini bahkan tidak mengerti arti dari Punk itu sendiri secara defenitif. Sungguh hal yang ambigu, ketika sebuah *ideology* anti kemapanan hanya menjadi sekedar atribut yang menempel pada tubuh. Mempercayakan visualisasi pada tubuh sebagai eksistensi atas apa yang seseorang anut dan tanpa pernah mendalami maksud dan arti apa yang dipilih. Menjadikan model rambut ini suatu

komoditas eksistensi dan mode, juga mengeksploitasi dari wujud dan identitas perlawanan menjadi sesuatu yang dapat digunakan sembarang orang sungguh menjadi suatu hal yang disayangkan dan tentunya menjadikannya hilang maknanya.

Kiranya tidak perlu dipungkiri bahwa memang inilah yang terjadi di lingkungan kita saat ini, ketika visualisasi pada tubuh hanya sekedar eksistensi atas apa yang seseorang gunakan tanpa memahami maksud dan arti apa yang dipilih, tentu saja menimbulkan prasangka dan *stereotype*. Pemaknaan ini pun tidak dipersalahkan karena individu yang sudah memakai fashion Punk beserta unsur-unsur fashion Punk lainnya, kemudian menganggap Punk sebagai gaya hidup bebas tanpa aturan yang menjurus pada *free-sex*, mabuk di tempat umum, memalak, membuat keonaran dan meresahkan masyarakat. Tentu oleh masyarakat hal ini dianggap sebagai penyimpangan, dampak lebih lanjut adalah prasangka atau *stereotype* terhadap mereka yang memiliki identitas Punk yang tidak bersentuhan langsung dengan kriminalitas.

Walaupun secara interaksional Street Punk di Kota Semarang mengalami peningkatan dan Punk di Semarang ini seolah mengalami stagnasi pergerakan, karena aktifitas yang dilakukan tidak hanya berada pada musikalitas saja, tetapi mereka juga melakukan aktifitas kolektif yang riil dengan memanfaatkan sarana fashion. Namun yang terjadi saat ini, ideologi anti kemapanan dan anti penindasan yang dipertontonkan oleh Street Punk melalui fashion bagi sebagian orang hanya sebagai sebuah trend masa kini yang olehnya dianggap unik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, bukan berarti orang yang mencukur rambut mereka Mohawk, memakai jaket plus aksesoris pelengkap, calana street, sepatu boot beserta unsur-unsur fashion Punk lainnya bisa dikatakan mereka adalah Punk.

Penutup

Simpulan

Sesuai dengan temuan penelitian di atas, ketika individu dan kelompok/ komunitas Street Punk mempunyai aspek dalam keanggotaanya seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dengan segala cirinya, apa itu karena lingkungan yang membentuknya atau sebaliknya, atau Street Punk akan mempertahankan identitas komunitasnya sebagai komunitas tunggal atau komunitas tetap merasa aman dalam masyarakat sebagai entitas tunggal. Walaupun sulit untuk digeneralisasi, tapi pemahaman bahwa tiap individu

dan individu lainnya akan berinteraksi satu sama lain membentuk identitas dalam konteks tertentu, serta kegagalan dalam memperoleh kebebasan dari kelompok yang berkuasa mendorong tiap individu untuk lebih menambah intensitas pergerakan pemberontakan atau mencari jalan lain akan tetapi tetap dalam koridor yang mereka yakini sebagai 'anti kemapanan' dan 'anti penindasan'.

Saran

Seyogyanya, mungkin perlu pembenahan dalam pemahaman masyarakat adalah mengenai pemahaman bahwa berbeda tidak selalu berarti salah. Perbedaan merupakan hal yang bisa mempercantik suatu bentuk budaya masyarakat, jangan sampai pandangan negatif terhadap perbedaan tersebut malah mengaburkan setiap kebenaran yang terdapat didalam perbedaan tersebut. Lebih lanjut, dengan kata lain jangan sampai perbedaan pemahaman mengenai identitas bisa membutakan mata untuk melihat hal positif yang ingin ditularkan oleh komunitas Street Punk ini.

Daftar Pustaka

Buku

- Barnard, Malcolm, *Fashion as communication*, diterjemahkan/editor: Idi Subandy Ibrahim, Fashion Sebagai Komunikasi, Jalasutra, Jogjakarta, 2006.
- Kellner, Douglas, Diterjemahkan dari *Media Culture : Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern, London and New York, Routledge*, 1995. (Galih Bondan Rambatan, Jalasutra. 20110).
- Henryk Misiak, Ph.D. & Virginia Staudt Sexton, Ph.D. *Psikologi Fenomenologi, Eksistensial and Humanistik Psychologies A Historical Survey*. (Penerjemah, E. Kosworo, PT Refika Aditama 2005).
- Creswell, W. Jhon, *Research Design (Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches)*. Third Editions. (Penerjemah, Ahmad Fawaid. Pustaka Pelajar. 2009)
- Stephen W. Littlejohn-Karrena A. Foss, *Teori Komunikasi 'Theories of Human Communication'* Penerbit: Salemba Humanika, Edisi 9. Penerjemah : Muhamad Yusuf Hamdan, 2009.

E-book

Prof.Dr.Engkus Kuswarno, *Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif*. (Terakre-

ditasi Dirjen Dikti, 2005).pdf

Prof.Dr.I Wayan Koyan, Dosen Program Pasca Sarjana UNDIKSHA Singaraja: *Metodologi Penelitian Kualitatif*.pdf

Internet

Kompasiana.com : oleh Jhoni Lis Efendi (penulis), kategori: artikel berita, tema: Komunitas Punk Indonesia, Terbesar di Dunia, alamat link: <http://lifestyle.kompasiana.com/urban/2012/10/03/komunitas-punk-indonesia-terbesar-di-dunia-498254.html>. diakses 2 januari 2014.

Street : Sejarah Komunitas Punk, Arsip: edisi Minggu, 21/3/2010. Blogger profile : JPUNK (Penulis), lokasi : Semarang, Jawa Tengah, Indonesia. Link:<http://jpunk-street.blogspot.com/2010/03/sejarah-komunitas-punk.html>. diakses 2 januari 2014