

## ***Fashion Sebagai Identitas Pada Komunitas Punk di Semarang***

**Rakha Rayhan Ferdiyanto, Sri Budi Lestari**

**[rayhanrakha18@gmail.com](mailto:rayhanrakha18@gmail.com)**

**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

**Jl. Prof H. Soedarto, S.H Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407**

**Faksimile (024) 7465405 E-mail: rayhanrakha18@gmail.com**

### ***ABSTRACT***

*Fashion is one of the ways a person communicates, where fashion can reflect the wearer, however, this is the case with punk followers. Punk uses fashion as their way of communicating messages to the public. As a counter-culture or counter-culture to the dominant culture, punk fights against all establishment shown by the dominant culture through a "different" style of dress. However, as time went on, the punk community in line with this was reported negatively, as well as the implementation of misconceptions of meaning by elements in punk who committed negative actions, so that the name of punk in Indonesia was getting worse, especially in Semarang City. This study aims to describe the motives of the punk community in fashion, and how they interpret the fashion worn by using qualitative research methods. This research shows the critical paradigm with a qualitative descriptive approach. The data technique used in this study was in-depth interviews with 3 informants. The theory used in this research is the shared culture theory put forward by Mark Orbe. The results of the study indicate that the three informants have their own motives in dressing punk, namely selling, and being accepted by their respective groups. Likewise with what they mean in the punk fashion they wear, namely, self-expression, positive resistance and music. So that it is found that they have no intention of fighting against the establishment or other negative things. Through co-cultural theory, it can also illustrate that the punk community in Semarang does not have the desire or aim to disturb public order. Instead, they often make various efforts such as charity and voluntary collection of goods to be given to people in need. These things are done by them with the aim of being accepted by the community*

**Keywords :** *Communication fashion, identity fashion, punk, Semarang*

### **ABSTRAK**

Fashion merupakan salah satu cara seseorang dalam berkomunikasi, dimana fashion dapat merefleksikan pemakainya, demikian halnya dengan para penganut paham punk. Punk seringkali menggunakan fashion sebagai cara mereka dalam mengkomunikasikan pesan kepada khayalak. Sebagai budaya tanding atau counter culture terhadap budaya dominan, punk melawan segala kemapanan yang ditunjukkan oleh budaya dominan lewat gaya berbusana yang "berbeda". Namun, seiring berjalannya waktu, para komunitas punk ini seringkali diberitakan negatif, dan juga terjadinya miskonsepsi arti oleh oknum-oknum didalam punk yang melakukan tindakan negatif, sehingga semakin memperkeruh nama punk di Indonesia,

khususnya di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang menjadi motif para komunitas punk dalam mengenakan fashion, dan bagaimana mereka memaknai fashion yang dikenakan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini merujuk pada paradigma kritis dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu indepth interview dengan jumlah informan sebanyak 3 orang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah co-cultural theory yang dikemukakan oleh Mark Orbe. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ketiga informan memiliki motifnya masing-masing dalam berpakaian punk yakni, berjualan, dan diterima dikelompoknya masing-masing. Begitu pula dengan apa yang mereka maknai dalam fashion punk yang mereka kenakan yakni, ekspresi diri, perlawanan positif dan musik. Sehingga didapatkan bahwasanya mereka tidak ada maksud ingin melawan kemapanan atau hal-hal negatif yang meresahkan masyarakat. Melalui teori co-cultural juga dapat menggambarkan bahwa komunitas punk di Semarang tidak ada keinginan atau bertujuan untuk mengganggu ketertiban umum. Melainkan mereka seringkali melakukan berbagai upaya seperti charity dan pengumpulan barang-barang secara sukarela untuk diberikan kepada orang-orang yang membutuhkan. Hal-hal tersebut dilakukan oleh mereka dengan tujuan untuk dapat diterima keberadaannya oleh masyarakat.

**Kata Kunci:** Fashion komunikasi, fashion identitas, punk, Semarang

## A. PENDAHULUAN

*Fashion* atau cara berpakaian, terkait dengan selera setiap orang yang berbeda-beda, tetapi dibalik *fashion* yang digunakan, memiliki maksud atau makna tertentu yang ingin diberikan, dimana *fashion* itu sendiri dapat dijadikan alat komunikasi oleh beberapa orang berserta dengan tujuannya masing-masing. Menurut Malcolm Barnard (2007:11) kata *fashion* lahir dari bahasa latin yakni *factio* yang mempunyai arti "membuat". Bisa disimpulkan bahwa *fashion* adalah bentuk tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam konteks untuk melahirkan atau menciptakan sesuatu. *Fashion* juga dapat menunjukkan serta membuat *statement* dan nilai sosial atau status pada seseorang, maka pakaian dan *fashion* kerap digunakan untuk menunjang itu semua. (Lurie dalam *The Language of Clothes*, (Barnard, 2011: 39-40) menunjukkan keyakinannya bahwa dalam *fashion* terdapat analogi langsung. Ada banyak bahasa busana yang berbeda, yang masing-masing memiliki kosakata dan tata bahasanya masing-masing. *Fashion* juga dapat memetakan perilaku sosial dan membentuk serta mengatur pemakainya secara terus menerus menggunakan *fashion* tersebut, sehingga mencerminkan identitas pemakai (Craig dalam *Mother Knows*, 2006:360). *Fashion* sebagai alat komunikasi juga dapat merefleksikan sebuah gagasan dan ideologi dari beberapa orang. Hal ini sejalan dengan pemikiran dari Umberto Eco “ *I speak through my clothes*” (Ibrahim, 2006:vi), bahwa melalui pakaian, saya ingin mengatakan sesuatu. Demikian halnya dengan para penganut “punk”, yang menjadi perhatian peneliti disini, nampaknya mereka ingin mengatakan sesuatu dengan menggunakan medium *fashion*.

*Punk* hadir sebagai bentuk perlawanan kepada budaya dominan atau *counter culture*. Budaya dominan yang

ada cenderung dari waktu ke waktu seolah merupakan budaya yang mapan dan dipatuhi oleh masyarakat umum serta disepakati bersama. Hal-hal itulah yang nampaknya ingin mereka tunjukkan melalui lahirnya *punk*. Karena *punk* merupakan suatu bentuk budaya perlawanan kepada budaya dominan (*counter culture*) (Agger, 2014: 105). Pendapat ini diperkuat oleh Irwan Abdullah (2006: 1999) yang mengatakan bahwa *punk* adalah budaya tanding (*counter culture*) untuk melawan budaya dominan. Sehingga *punk* pada dasarnya melawan budaya dominan dengan berbagai *medium*, tak terkecuali adalah *fashion*. Eksistensi komunitas *Punk* di Kota Semarang sendiri dapat dilihat di titik-titik tertentu seperti daerah Simpang Lima dan sekitarnya. Gaya berbusana yang mereka kenakan, banyak yang mencirikan seseorang dari komunitas *punk*, elemen-elemen *fashion punk* seperti celana jeans robek, tattoo, anting, pakaian lusuh, jaket jeans hingga piercing hingga ditubuh mereka. Selain itu, kegiatan sehari-hari mereka bervariasi, dimana tidak hanya berkumpul bersama, mereka juga memiliki kegiatannya masing-masing seperti mengamen di kala senggang, berjualan hingga aktif dalam acara-acara berteman *punk* di Semarang seperti gigs dan acara-acara sosial. Komunitas ini sering berkerumunan bak “semut hitam” yang sedang bercengkrama, bermain musik, sampai dengan membuka usaha (baik secara personal maupun kolektif), ketidakpedulian sosial seolah menjadi bagian dari ideologi yang tertanam dalam benak mereka. Simbol komunikasi yang mereka lakukan juga berbeda dengan masyarakat Semarang pada umumnya. Namun, kehadiran mereka seringkali dinilai meresahkan warga, hingga Polisi harus merazia komunitas *punk* yang biasa memaksa pengguna jalan untuk memberi mereka uang di sekitaran Kota Semarang (<https://www.ayosemarang.com/read/20>

[20/01/22/51056/meresahkanmasyarakat-satpol-razia-anak-punk-jalanan.](https://www.ayosemarang.com/20/01/22/51056/meresahkanmasyarakat-satpol-razia-anak-punk-jalanan.)



Gambar 1. Razia anak Punk yang dilakukan oleh Polisi di Kota Semarang  
Sumber: ayosemarang.com

Punk merupakan bagian dari apa yang disebut sebagai subkultur (kultur yang terdominasi) yang berorientasi sebagai peta makna dan ideologi yang menjadi pola dalam merespon kondisi struktural dalam masyarakat. Namun, seiring berjalannya waktu, banyak dari anak punk di Kota Semarang yang mengklaim dirinya adalah punk, tidak mengarah ke arah yang positif melainkan banyak ke arah yang negatif sehingga membuat stigma buruk lekat dengan punk beserta dengan *fashion* nya. Punk diidentikkan sebagai tindakan menyimpang atau *deviant* oleh beberapa orang, khususnya dari *fashion* yang mereka gunakan, sehingga keberadaannya sering terasingkan dan bahkan dicap kriminal oleh masyarakat. Banyak orang menilai anak-anak punk sekumpulan urakan, berandalan jalanan, berdandan aneh dan mengganggu kenyamanan dengan nongkrong di perempatan jalan sambil ngamen (John Martono dan Arsita Pinandita, 2009:39). Kasus yang terjadi di Indonesia, komunitas punk seringkali diduakan atau bahkan diperlakukan tidak wajar oleh beberapa oknum. Sehingga membuat komunitas punk semakin tersudutkan, seakan mereka adalah

kelompok yang ‘brutal’ hanya dari cara berpakaian mereka yang dianggap tabu oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Salah satu contoh kasus yang melibatkan anak punk adalah kasus yang terjadi pada Desember 2011, ketika 65 pemuda *punk* di Aceh ditangkap setelah mengikuti acara musik amal untuk yatim piatu korban Tsunami Aceh, dan menjadi *headline* berita internasional, dimana mereka ditangkap kemudian “dibina” sesuai dengan budaya yang berlaku di Aceh, yakni syariah. Mereka digunduli dan pakaian mereka diganti dengan seragam

([https://www.vice.com/en\\_asia/article/mgpk8/kami-menemui-komunitas-punk-yang-diburu-di-aceh](https://www.vice.com/en_asia/article/mgpk8/kami-menemui-komunitas-punk-yang-diburu-di-aceh)). Contoh lain adalah adanya penolakan dari Pemerintah Kabupaten Demak terkait kegiatan konser yang akan diselenggarakan oleh komunitas Punk.

Dari kasus-kasus yang telah diuraikan, semakin menguatkan adanya bentuk ketidaksukaan atau suatu penolakan yang dilakukan oleh masyarakat dan para aparat kepada komunitas punk yang didasarkan pada *fashion* yang mereka gunakan, dan banyaknya “orang-orang” yang berdandan punk tanpa tau makna sebenarnya dari *fashion* yang mereka gunakan. Inilah yang membuat komunitas punk tidak disukai oleh sebagian besar masyarakat. Punk bukan hanya *fashion*, melainkan sebuah gaya hidup yang mempunyai idealisme sendiri, komunitas punk seringkali memakai *medium fashion* untuk mengungkapkan idealisme, identitas dan jati diri mereka sebagai anak punk, dimana dalam *fashion* mereka terkandung pesan yang dalam, bukan hanya untuk dipakai, namun juga untuk dimaknai arti dan makna dari gaya berpakaian tersebut, dimana punk itu sendiri menyuarakan perlawanan. Melalui *fashion*, mereka ingin mempertontonkan ketegasan mereka

akan anti kemapanan pada budaya dominan. Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan terkait *fashion* anak punk dari beberapa penelitian sebelumnya seperti penelitian milik Arum Sutrisni Putri (2011) “*Fashion punk dan Identitas Remaja*”, Rachel Rouli Inriani (2016) “*Analisis Semiotika Pesan Simbolik Fashion Punk Anggota Band Marjinal*”, dan penelitian milik M Dwiki Ferqutanto (2018) “*Representasi Budaya Punk Fashion Melalui Jaket Kulit Ramones Pada Iklan Gudang Garam Surya Rise and Shine Versi Bangkit.*”. Sehingga, melalui penelitian ini, penulis berusaha untuk menganalisis dorongan apa yang menyebabkan komunitas punk ingin memakai *fashion* punk, sehingga nantinya dapat di temukan motif yang mendorong komunitas punk tersebut untuk mengenakan *fashion* punk.

## B. KAJIAN PUSTAKA

### 1. Paradigma Kritis

Paradigma krisis digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan dan menganalisis realitas sosial dengan mempersoalkan ketimpangan relasi sosial yang ada. Penelitian kritis ditopang oleh perspektif teori kritis dengan asumsi-asumsi yang dikonstruksinya. Menurut Littlejohn (dalam Mulyana, 2001: 11), setiap tahap penelitian memengaruhi dan dipengaruhi tahap lainnya. Pengamatan antara lain ditentukan oleh teori dan selanjutnya teori juga ditentukan oleh perspektif. Suatu teori dituntut untuk konsisten dengan perspektifnya, dan metode serta teknik penelitian harus konsisten dengan teorinya, dan sekaligus juga dengan perspektif yang digunakan. Paradigma ini juga bertujuan untuk dapat menghancurkan mitos yang telah berkembang di masyarakat dan mengungkapkan realitas sosial dari

suatu konflik yang terjadi dalam konteks penelitian ini adalah *fashion* dari komunitas punk.

## 2. Komunikasi

### a. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antar pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua individu atau antar individu dalam kelompok dengan beberapa efek dan umpan balik seketika (Devito, 1989:4). Sedangkan menurut Effendy, komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang terjalin antara dua individu, dimana kontak langsung terjadi dalam bentuk percakapan, bisa langsung berhadapan muka (*face to face*) atau bisa melalui media seperti telepon (Effendy,1993:61). Pada penelitian ini, didapatkan informasi-informasi melalui perseorangan dengan jumlah 3 orang individu, dari berbagai sumber yang dapat membantu penelitian ini, dimana peneliti menggali informasi kepada individu-individu dari berbagai komunitas yang ada di Semarang, dan melakukan komunikasi langsung terhadap mereka (tatap muka).

### b. Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya terjadi bila produsen pesan adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota suatu budaya lainnya (Dedi Mulyana dan Jalaludin Rakhmat, 2005:20). Pada konteks penelitian ini, punk sebagai suatu *subculture* yang hidup di tengah-tengah budaya dominan yang menjunjung adat ketimuran, memiliki pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui gaya berbusana mereka yang mencolok dan berbeda dengan mayoritas lainnya, dimana

gaya berbusana mereka kaya akan makna perlawanan berupa antikemapanan yang mereka tunjukkan kepada budaya dominan di sekitarnya. *Fashion* seakan menjadi jembatan komunikasi yang terjalin antara punk dengan masyarakat, Komunikasi yang terjalin diantara keduanya dapat digambarkan dengan komunikasi antarbudaya, karena adanya aspek-aspek budaya yang juga berseberangan ikut turut andil dalam terjadinya interaksi komunikasi diantara keduanya.

### 3. Fashion

*Fashion* dapat digunakan sebagai lambang dalam mengekspresikan diri, misalnya dengan penggunaan jam tangan mahal sebagai lambang kemapanan. Sebagai contoh, dalam menunjukkan bonafiditasnya, para pebisnis lazimnya akan mengenakan busana lengkap seperti jas dan dasi (Mulyana, 2010:11). Pada komunikasi non verbal, dalam mengenakan fashion, kita juga dapat secara sadar memberikan pesan dan makna-makna simbolik untuk mengungkapkan apa yang ingin kita ungkapkan, bisa itu budaya, kritik sosial, dan kecintaan, dalam hal ini fashion, pakaian, dan busana merupakan cara yang digunakan manusia untuk berkomunikasi, bukan hanya sesuatu seperti perasaan dan suasana hati tetapi juga nilai-nilai, harapan-harapan dan keyakinan-keyakinan kelompok-kelompok sosial yang diikuti keanggotaanya (Barnard, 2011:54). Pada penelitian ini, di dalam fashion punk terdapat atribut-atribut yang mempunyai pesan dan makna simbolik, contohnya, rambut jambul pendek yaitu bermakna bentuk protes, sepatu boots yang dimaknai sebagai simbol perlawanan terhadap aparat, dan

celana jeans robek-robek yang dimaknai sebagai bentuk protes terhadap kondisi masyarakat dominan.

Dalam beberapa hal, *fashion* tidak sekedar berarti simbol penanda mode semata, *fashion* juga simbol gerakan politik kebudayaan tertentu dimana *fashion* yang berbeda menandakan model ideologi yang berbeda pula. Dalam hal ini *fashion* digunakan sebagai usaha untuk mengadopsi identitas dimana penggunaanya memiliki motivasi tertentu, seperti ingin dianggap sebagai bagian dari kelas sosial tertentu, sehingga motivasi ini mendorong pemilihan pola *fashion* tertentu. Diharapkan dengan *fashion* tersebut, usahanya untuk mengkomunikasikan identitas sesuai pilihan dapat diterima oleh lingkungannya (Barata, 2010:49). Berangkat dari hal tersebut maka ciri khas, karakteristik dan identitas suatu kelompok budaya dapat diungkapkan melalui adanya *fashion*, dengan menggunakan *Fashion* sebagai identitasnya, kelompok sosial dapat menunjukkan identitas dan juga keberadaannya ditengah masyarakat

### 4. Motif

Rochman Natawijaya (1980: 78), Kondisi atau keadaan seseorang atau suatu organisme yang menyebabkan atau kesiapannya untuk memulai atau melanjutkan suatu rangkaian tingkah laku perbuatan disebut dengan motif. Seperti apa yang dikatakan oleh Rochman, setiap perbuatan yang akan dilakukan oleh individu, ada sebuah motif dibelakangnya, dimana hal tersebut juga diperjelas oleh Sudibyo Setyobroto (1989: 24), bahwa dalam memenuhi kebutuhan dalam mencapai tujuan tertentu, motif menjadi sumber penggerak dan

pendorong tingkah laku suatu individu.

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. metode ini dipakai untuk dapat menggambarkan sifat suatu keadaan saat penelitian berlangsung dan dengan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu, dimana metoda tersebut dipakai oleh peneliti untuk menghasilkan sajian data yang bersifat deskriptif melalui kata-kata dari hasil wawancara dengan informan (Travers dalam Umar, 2005:81). Penentuan subjek penelitian dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive* atau dengan pertimbangan khusus (Sugiyono,2012:126) yaitu individu yang mengenakan *fashion* punk dan individu dengan orientasi berbeda. Penelitian dilaksanakan di Kota Semarang dengan menggunakan data primer dari hasil wawancara dan data sekunder dari data dan informasi pendukung lainnya. Data dalam penelitian dikumpulkan melalui teknik *in depth interview*/wawancara mendalam, yaitu proses pencarian informasi dengan cara tatap muka (Sutopo,2006:72). Analisis data dilaksanakan menggunakan analisis data *filling system*, yaitu data yang telah didapatkan yang kemudian dianalisis dengan membuat suatu kategori-kategori tertentu (Kriyantono, 2006:115) melalui tahap transkrip, coding, dan interpretasi data.

### D. PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya beberapa motif yang mendorong informan dalam berbusana punk. Namun dari apa yang ditemukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa mereka memiliki motif yang berbeda-beda mengenai *fashion* punk yang dikenakan. Ditemukan pula bagaimana para informan memaknai gaya berbusana punk yang mereka tampilkan, dimana setiap informan

mempunyai penjelasan tersendiri dalam memaknai gaya busana punk mereka. Selain itu, Mereka juga berupaya dalam meluruskan pandangan masyarakat terhadap punk beserta *fashion* nya. Peneliti selanjutnya, membagi pembahasan menjadi 3 subbab yakni:

#### 1. Teoritis

Terkait motif teoritis, setiap informan penulis memiliki motif yang berbeda dalam pemakaian *fashion* mulai dari menghasilkan uang dengan cara berjualan hingga diterima dikelompoknya. Serta memandang *fashion* sebagai media ekspresi diri dan perlawanan positif. Selanjutnya, Sudibyo Setyobroto (1989: 24), menjelaskan bahwa dalam memenuhi kebutuhan dalam mencapai tujuan tertentu, motif menjadi sumber penggerak dan pendorong tingkah laku suatu individu. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dimana salah satu informan menghasilkan uang dengan cara berjualan aksesoris *fashion* punk. Informan lain menuturkan bahwa penggunaan *fashion* punk yang dilakukan dirinya bertujuan agar lebih mudah diterima dengan tangan terbuka oleh teman-temannya di dalam komunitas. Seperti yang pernah dikatakan oleh Purwanto (1990:60), bahwa dorongan yang muncul dari dalam diri seseorang yang melahirkan suatu tindakan disebut dengan motif. Pengean *fashion* punk yang selama ini dikenakan oleh informan-informan penulis, juga disebabkan oleh keinginan mereka pribadi sebagai bentuk memaknai gaya berbusananya untuk dapat mengekspresikan diri. Walaupun dirinya mulai mengenal punk melalui musik sedari dirinya masih bersekolah, namun dari apa yang peneliti temukan, musik bukan suatu hal yang ia maknai dalam gaya

berbusananya. Melainkan dirinya juga ingin mengekspresikan diri melalui gaya berpakaian yang ia tampilkan di depan umum. Mereka tidak peduli akan adanya cibiran, stigma atau label negatif yang mengarah pada punk beserta dengan gaya berpenampilannya sebagaimana dijelaskan dalam pernyataan terkenal Umberto Eco, “*I speak through my clothes*” bahwa melalui pakaian, saya ingin mengatakan sesuatu (Ibrahim: 2006: vi). Barnard, bahwasanya pakaian dan busana merupakan salah satu cara untuk berkomunikasi, bukan hanya mengkomunikasikan perasaan dan suasana hati, tetapi juga nilai-nilai, harapan dan keyakinan kelompok-kelompok sosial yang diikuti oleh anggotanya (Barnard, 2011:54). Informan penulis, memaknai gaya berbusananya sebagai perlawanan positif, perlawanan positif yang dimaksud oleh informan penulis adalah mengenai isu-isu sosial dan lingkungan.

Penulis menemukan bahwa informan penulis, juga memaknai gaya berbusananya sebagai bentuk rasa suka nya terhadap musik punk. Hal tersebut terlihat dari perawakannya yang seringkali memakai kaos bertema band punk dan hal tersebut semakin diperkuat oleh dirinya yang mulai mengenal punk melalui musik-musik bergenre punk, dan mulai mengikuti gaya berpakaian melalui teman-temannya. Menurut Hebdige (dalam Barnard, 1996:45) “Potongan rambut cepak, kawat gigi, celana pendek, kaca mata besar, jeans levis, atau celana gombong, baju garis-garis atau polos, dan sepatu boot berhak tinggi Doctor Martins yang menunjukkan orang itu adalah seorang (*skinhead*) tahun 1960-an”. Dari apa yang dikatakan Hebdige, dapat dikatakan bahwa informan penulis memaknai punk sebagai musik dari

apa yang dilihat dalam lingkungannya, sehingga dirinya menampilkan gaya berbusana musik punk untuk menunjukkan identitasnya. Lebih lanjut, mereka hanya ingin memakai *fashion punk* sebagai gaya berbusana mereka sesuai dengan apa yang menjadi motif dan makna yang mereka maknai. Selain itu ketiga informan juga berupaya diterima keberadaannya oleh masyarakat. Akomodasi berusaha agar para anggota kelompok dominan dapat menerima keberadaan dari anggota *co-cultural* (Littlejohn, 2012:64). Gaya berbusana yang mereka kenakan menjadi sebuah ciri khas atau penanda sebuah budaya, melalui gaya berbusana tersebut informan penulis berusaha untuk berkomunikasi dengan khalayak luas. Contohnya adalah informan I yang menjadikan *fashion punk* sebagai jembatan mengenalkan barang yang ia jual. Seperti yang pernah dikatakan Desmond Morris (dalam Denzin, 2009:17) pakaian mengkomunikasikan afiliasi budaya kita, karena pakaian mempunyai perasaan sebagai pajangan budaya (*cultural display*). Informan penulis juga melakukan imitasi terhadap teman-teman punknya dengan motif keduanya dalam berpakaian punk yakni ingin diterima di dalam kelompoknya. Sehingga untuk mendapatkan identitas yang sama dengan teman-temannya, mereka melakukan imitasi terhadap gaya berbusana yang ditampilkan oleh teman-teman dari kedua informan. Diharapkan dengan *fashion* tersebut, usahanya untuk mengkomunikasikan identitas sesuai pilihan dapat diterima oleh lingkungannya (Barata, 2010:49).

## 2. Praktis

Hadirnya punk sebagai counter culture terhadap budaya dominan membuat mereka



menampilkan fashion yang terkesan mendobrak norma untuk menyuarkan antikemapanan terhadap kemapanan yang direpresentasikan oleh masyarakat umum sebagai budaya dominan. Sebagai konteks komunikasi antarbudaya, meskipun memiliki ideologi yang kerap kali berseberangan dengan budaya dominan, komunitas punk seringkali melakukan komunikasi dengan berbagai upaya untuk dapat diterima keberadaannya oleh masyarakat. Walaupun para informan pada penelitian ini memiliki berbagai motif dan makna mengenai fashion yang dikenakan, kenyataannya mereka tetap menjunjung tinggi norma-norma dalam bermasyarakat, melalui upaya-upaya yang mereka lakukan, seperti mengadakan charity, aksi-aksi sosial hingga bantuan amal, mereka berusaha untuk meluruskan pandangan masyarakat mengenai punk beserta fashion nya.

### 3. Sosial

Punk sebagai budaya yang hadir dan hidup di tengah masyarakat, tidak jarang melakukan berbagai komunikasi dengan masyarakat. Namun, pada apa yang seringkali diberitakan, punk seakan menjadi “penyakit” yang timbul di tengah hiruk pikuk kehidupan bermasyarakat, dimana punk digambarkan sebagai ideologi dan budaya yang berbahaya bagi khalayak, khususnya para remaja. Pada penelitian ini menggambarkan bahwasanya, individu-individu yang tergabung di dalam komunitas dan berpakaian punk, khususnya Kota Semarang, tidak memiliki maksud atau berkeinginan untuk meresahkan dan mengganggu ketertiban umum, dimana pada penelitian ini ketiga informan tidak ada yang melakukan tindakan-tindakan negatif di

masyarakat. Begitu pula yang menjadi motif beserta fashion yang mereka maknai, kedua hal tersebut tidak ada yang berkonotasi negatif. Maka dari itu, kasus-kasus mengenai tindakan-tindakan negatif yang kerap diberitakan oleh media yang juga menyudutkan komunitas punk, adalah oknum-oknum yang mengatasnamakan punk tanpa tau apa arti menjadi seorang punk sendiri. Karena dari apa yang ditemukan pada ketiga informan, tidak ditemukannya motif, makna, maksud hingga tujuan yang dapat merugikan khalayak umum. Sehingga punk tidak seharusnya dipandang sebelah mata oleh masyarakat.

## E. PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Penulis, berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan menyimpulkan bahwa, motif dan alasan anak-anak komunitas punk yang dalam penelitian ini diwakili oleh beberapa informan yang telah dipilih oleh penulis terdiri atas motif berjualan untuk mendapatkan uang dan motif agar diterima di kelompoknya. Beberapa anak punk yang menjadi informan juga menjelaskan bahwa mereka memaknai gaya berbusana punk sebagai wujud ekspresi diri, perlawanan positif, dan musik. Punk di Indonesia khususnya di Kota Semarang tidak bertujuan untuk mengganggu masyarakat dan juga ketertiban umum, dimana ketiga informan yang peneliti wawancarai mengaku tidak pernah mengganggu masyarakat dan ketertiban umum. Melainkan mereka seringkali mengadakan berbagai acara yang bersifat *charity* sebagai upaya untuk meluruskan nama punk dan diterima keberadaannya oleh masyarakat.

## 2. Saran

Berdasarkan hal-hal tersebut, diharapkan dapat menjadi sebuah acuan bahwa individu-individu *punk* yang mengerti budaya serta *fashion punk* akan memiliki motif dan makna yang kuat dalam berbusana *punk*, ketiga informan juga tidak melakukan tindakan-tindakan menyimpang yang mengganggu masyarakat dan ketertiban umum. Mereka bahkan seringkali mengadakan acara-acara yang bersifat positif guna untuk membantu masyarakat sekitar, dimana hal-hal tersebut dapat menjadi faktor “pembeda” antara individu *punk* yang asli dan oknum-oknum tidak bertanggung jawab yang mengatas namakan *punk*. Berdasarkan paparan informasi tersebut, masyarakat diharapkan dapat membedakan mana individu *punk* yang asli dan mana yang tidak, sehingga diharapkan tidak adanya lagi diskriminasi dan konflik yang terjadi antara masyarakat terhadap kelompok-kelompok *punk*.

## E. REFERENSI

### Buku

- Abdullah, Irwan. 2006. *Dinamika Masyarakat dan Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: TICI Publications.
- Agger, Ben. 2014. *Teori Sosial Kritis*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Alo Liliweri. 2002. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara.
- Barnard, Malcolm. 1996. *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Bandung: Jalasutra.
- Barnard, Malcolm. 2007. *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta. Jalasutra
- Barnard, Malcolm. 2011. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Denzin, Norman K & Yvonna S Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Griffin dkk. 2019. *A FIRST LOOK AT COMMUNICATION THEORY, TENTH EDITION*. New York: McGraw-Hill Education.
- Ibrahim, Idy Subandy. 2006. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Jenkins, Richard. 2008. *Social Identity (Third Edition)*. United Kingdom: Routledge.
- Joseph, A, DeVito. 1989. *The Interpersonal Communication Book*. Jakarta: Professional Book.
- Kartika, Tina. 2013. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandar Lampung: Lembaga Penelitian Universitas Lampung.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss. 2012. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Martono, John, Arsita Pinandita. 2009. *PUNK Fesyen-Subkultur-Identitas*. Yogyakarta: Halilintar.
- Martono, John, Arsita Pinandita. 2012. *Punk: Fesyen Sub kultur Identitas*. Yogyakarta: Halilintar.
- Moleong, Lexy. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, Deddy, Jalaluddin Rakhmat. 2005. Komunikasi Antar Budaya. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2008. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung :PT Bumi Aksara.
- Natawijaya, Rochman. 1980. Psikologi Umum dan Sosial. Jakarta : Abadi.
- Purwanto, N. 1990. Psikologi Pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Rahardjo, Mudjia. 2018. Paradigma Interpretif. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Sanapian, Faisol. 1999. Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar Aplikasi. Malang: IKIP.
- Setyobroto, Sudiby. 1989. Sikap, Motif dan Konsep Diri. Jakarta : Percetakan Solo.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar teori dan Terapannya dalam Penelitian. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Umar, Husein. 2005. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jurnal Pengembangan Humaniora, Vol. 14 No. 3, 225-238.
- Muhammad Fakhran Al-Ramadhan. 2012. Punk Di antara Dua Budaya: Kajian Ideologi Budaya Populer dalam Dinamika Lokal-Global. Prosiding Seminar Internasional Multikultural & Globalisasi, 55-66.
- Rawlins, E. 2006. *Mother knows best?: Intergenerational notions of fashion and identity.* *Children's Geographies*, 4(3), 359-377.
- Saputra, Aditya Oktendy. Memahami Pola Komunikasi Kelompok Antar Anggota Komunitas Punk di Kota Semarang. *The Messenger*, Volume IV No. 1, 43-62.
- Setyanto, Daniar Wikan. 2015. Makna dan Ideologi Punk. Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia, Vol.01 No.02, 51-58..

### Sumber Lain

### Jurnal

- Barata, Dion Dewa. 2010. Fashion Sebagai Strategi Simbolik Komunikasi Non-Verbal. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. II No. 1, 45-51.
- Lestari, Sri Budi. 2014. Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa.

[https://www.vice.com/id\\_id/article/ywqj9b/rambut-adalah-bahasa-tubuh-terkuat-yang-kita-miliki](https://www.vice.com/id_id/article/ywqj9b/rambut-adalah-bahasa-tubuh-terkuat-yang-kita-miliki)

<https://www.avosemarang.com/read/2020/01/22/51056/meresahkan-masyarakat-satpol-razia-anak-punk-jalanan>

<https://www.suaramerdeka.com/smcetak/baca/115019/42-anak-punk-terjaring-razia>.

<https://www.abc.net.au/radionational/programs/archived/360/indonesian-punks/5909858>

[https://www.vice.com/en\\_asia/article/mgipk8/kami-menemui-komunitas-punk-yang-diburu-di-aceh](https://www.vice.com/en_asia/article/mgipk8/kami-menemui-komunitas-punk-yang-diburu-di-aceh)

<https://news.okezone.com/read/2016/06/05/512/1406789/nu-tolak-konser-musik-reggae-dan-punk-di-demak>

<https://mojok.co/terminal/taring-babi-komunitas-punk-yang-memberi-inspirasi/>

<https://kumparan.com/kumparanhits/erix-soekamti-berikan-pendidikan-gratis-lewat-does-university/full>