

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fashion menjadi hal yang paling mudah untuk mengkomunikasikan identitas sosial. Selera merupakan pilihan-pilihan kita untuk termanifestasikan dalam tindakan budaya sehingga pada saat kita mengonsumsi suatu barang mampu menjadi kesempatan untuk menyatakan posisi kita dalam ruang sosial. Dengan kata lain, pilihan tindakan terhadap objek-objek tertentu pada saat yang sama menjadi simbol menegaskan kelas sosial dari konsumen. Pakaian dipilih untuk dibeli, dan untuk dipakai, sesuai dengan arti atau pesan yang mereka gunakan. (Malcolm Barnard, 2017)

Musik menjadi salah satu dimensi yang tidak dapat dilepaskan dari dinamika sosial masyarakat, dimanapun lokalitasnya. Bahkan musik sudah menginternalisasi berbagai aspek kehidupan sosial hingga budaya masyarakat. Segala hal yang berkenaan dengan musik sudah melekat dengan berbagai sendi-sendi kehidupan sosial. Sehingga dalam aspek integrasi antara musik dan masyarakat sering kali tercipta dinamika sosial budaya yang beragam. Salah satu dinamika yang terjadi di dalam aspek keberadaan musik dalam kehidupan sosial diantaranya yaitu terciptanya suatu nilai, ataupun pandangan-pandangan dari masyarakat yang ada di dalam suatu budaya aliran-aliran musik tertentu. Musik dapat berkomunikasi dan memiliki makna bagi orang-orang yang terlibat, dan perbedaan permukaan yang dirasakan antara karya musik tidak dapat memiliki arti apapun tanpa pemahaman tentang bagaimana musik berhubungan dengan emosi, baik dalam penciptaan maupun penggunaannya dan memahaminya. (Inskip et al., 2008)

Baru-baru ini masyarakat kembali membahas musik Indonesia, khususnya musik independen. Musik independen juga dikenal sebagai musik independen adalah musik yang diproduksi oleh label rekaman independen atau independen. Proses ini melibatkan pendekatan otonom yang dilakukan secara independen untuk perekaman, rilis, dan distribusi. *Band* independen sering diperbincangkan saat ini dan mulai mampu mengalahkan *band* major label yang lebih dulu sukses. Selain itu, *band* dan musisi independen ini kerap menyuguhkan lirik yang berbeda dengan

musisi major label. Dari kritik sosial hingga lirik yang dapat mempengaruhi pendengar. *Band* dan musisi independen ini tidak hanya menghasilkan satu karya berupa lagu. Mereka juga menghasilkan karya yang didistribusikan dalam bentuk perilaku sosial dan komoditas. Sedangkan untuk jenis produk *t-shirt* yang dikeluarkan ialah produk pakaian berupa kaos dengan desain tertentu yang mewakili *band* tersebut atau tentang suatu kampanye tertentu. Salah satu yang menjadi ciri dari musik independen juga adalah adanya unsur lokalitas yang mereka bawa sebagai bagian dari identitas mereka, baik itu lagu mereka, bahasa serta penggunaan atribut saat melakukan pertunjukan musik secara langsung. (Putra & Irwansyah, 2019). Pendekatan mereka didasarkan pada konsep *DIY (Do It Yourself)* yang idealis, di mana mereka memegang prinsip kebebasan berekspresi, inovasi, dan keberagaman.

Umumnya lirik dari musik independen ini mengambil dari kisah-kisah dan isu-isu kemanusiaan dengan perpaduan kata-kata yang memiliki makna khas dan objektif sehingga para pendengar akan dimanjakan dengan kata-kata kreatifnya. Meski tidak bergabung dengan perusahaan label rekaman (*recording company*), *band* independen tak kesulitan dalam proses membuat lagu, rekaman, pemasaran lagu, hingga mendapat panggilan manggung atau konser. Saat ini skena musik independen yang ada di Indonesia punya banyak pendengar, penikmat bahkan penggemar yang mengikuti setiap langkah yang dilakukan oleh para musisi-musisi independen. Saat ini, *band* produk dan musisi independen sedang digandrungi banyak orang. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya produk yang dijual dengan cepat baik secara online maupun offline. Salah satu faktor yang menyebabkan hal tersebut adalah penggunaan desain yang dapat menarik pembeli. Fenomena ini membuat layak bersaing dengan merek produk *apparel* lainnya dalam produk untuk *band* dan musisi independen. Tak jarang banyak pihak yang menjual kembali produk *band* dengan harga lebih tinggi dari harga biasa. *T-shirt* dengan desain tertentu yang mewakili *band* atau kampanye tertentu. (Aguiar et al., 2021).

Dalam proses penyebarannya, Musik independen juga terakses melalui musik gratis yang ada di internet dan juga pemasaran merchandise musik independen seperti CD, DVD, Vinyl, *T-shirt* dan pernak-pernik lainnya yang identik dari *band* independen. Secara tidak langsung memperkenalkan musik-musik independen dan

gaya fashion para musisi-musisinya yang mempengaruhi gaya berpakaian di kalangan remaja penggemar musik independen. Gaya berpakaian dari musisi-musisi independen yang menjadi idola untuk dijadikan acuan gaya berpakaian dalam upaya menunjukkan identitas kepada masyarakat. Dikutip dari kompasiana.com Membeli *merchandise* yang original merupakan sebagai bentuk dukungan nyata dan timbal balik mereka kepada artis idola yang telah ikut menghibur dan membahagiakan kehidupan sehari-hari dengan musik dan lagu yang diciptakan sehingga *band* independen mampu bertahan untuk berkarya. Hal ini dapat merepresentasikan identitas pengguna yang dipicu dari adanya penggunaan *t-shirt Band Independen*. Beberapa orang membeli *t-shirt* tertentu dapat mempunyai prestise dan dikategorikan sebagai simbol identitas sosial mereka sehingga apabila seseorang menggunakan pakaian tertentu secara tidak langsung dapat melihat identitas dan status sosial penggunanya. Selain itu muncul persepsi bahwa pengguna *t-shirt Band Independen* memiliki *taste* atau selera yang berbeda dalam musik sehingga muncul *labeling* terhadap penggunanya

Dikutip dari artikel *rockincelebes*, banyak orang senang dengan *t-shirt band* karena faktor jati diri. Banyak orang yang sangat senang dan juga bangga bila bisa menggunakan *t-shirt* dari *band* idolanya dan dapat menjadi sebuah kebanggaan bila barang tersebut langka. Bila kita melihat ke beberapa tahun belakangan, bisa dibayangkan mungkin rilisan fisik (cd/kaset/vinyl) penikmatnya mulai berkurang -tidak menghilang. Tapi beda cerita dengan *t-shirt*, dari barang ini para penggemar bisa terus memberikan dukungan mereka untuk *band* tercinta. Bisa dibayangkan *t-shirt* juga memiliki peran besar sebagai bahan bakar untuk kehidupan berkarya dari banyak musisi. Dilansir dari Superlive.id dari hasil survei yang dilakukan RushOrderTees pada tahun 2021, didapatkan bahwa kaos *band* metal asal Australia, AC/DC, sebagai kaos *band* paling banyak dibeli. Sebanyak 21,4% responden mengaku memiliki setidaknya satu *t-shirt* bergambar AC/DC. Sementara dari klasifikasi berdasarkan genre musik, kaos *band* atau musisi heavy metal disebut paling banyak dimiliki dengan jumlah 17 buah. Disusul kaos *band* atau musisi K-Pop dan EDM yang sama-sama berjumlah 16 buah. Meski begitu, survei ini menunjukkan bahwa orang-orang cenderung lebih banyak mengeluarkan uang untuk membeli kaos *band* punk dengan rata-rata menghabiskan dana hingga Rp 8 juta (kurs 27 Agustus 2021).

Pengeluaran terbesar untuk membeli kaos *band* selanjutnya adalah kaos *band* metal dengan 7.563.352, Independen Rock 7.013.520, dan kaos *band* musisi Hip-Hop menutup lima besar dengan 6.799.600.

Ketika *t-shirt* semakin digemari oleh masyarakat maka secara tidak langsung *value* dari sebuah *t-shirt band* atau musisi independen juga semakin meningkat, maka dari itu setiap *band* atau musisi selalu menyiapkan strategi agar produk yang mereka jual selalu diminati oleh masyarakat, terutama penggemar dari *band* atau musisi independen itu sendiri. Kini *t-shirt* sudah menjadi sebuah simbol representasi identitas sosial bagi para pengguna nya terutama remaja. Skena musik independen sukses menghipnotis masyarakat. Kesuksesan tersebut menunjukkan bahwa kultur independen yang dulu timbul sebagai perlawanan terhadap dominasi kini telah mengalami perubahan.

Kemudian peneliti melakukan pra penelitian kepada para mahasiswa Kota Bandung, dengan hasil disebutkan bahwa beberapa mahasiswa kota Bandung memiliki *t-shirt band* independen dan sudah menggunakan lebih dari 1 tahun. beberapa informan memberikan alasan tujuan mereka membeli *t-shirt band* independen dikarenakan mereka bisa merepresentasikan identitas pada setiap individu dan merupakan bentuk apresiasi terhadap *band* yang disukai karena penjualan *t-shirt band* menjadi salah satu pemasukan untuk menghidupi suatu *band*. Selain itu *design* menjadi salah satu faktor yang melatar belakangi mahasiswa membeli *t-shirt band* independen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan di atas. Peneliti berharap dapat mengkaji lebih dalam terhadap penggunaan *t-shirt band* independen. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dirumuskan judul penelitian “**REPRESENTASI IDENTITAS SOSIAL PADA PEMBELIAN T-SHIRT BAND INDEPENDEN** (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Kota Bandung)”. Dengan berkembangnya trend *t-shirt band* independen di kalangan anak muda, terutama para penikmat *band* independen memicu peneliti untuk mengetahui apakah penggunaan *t-shirt band* independen ini dapat menjadi simbol identitas sosial bagi mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa faktor yang melatar belakangi mahasiswa menggunakan *t-shirt band* independen?

2. Bagaimana penggunaan *t-shirt band* independen dapat merepresentasikan identitas sosial pada mahasiswa Kota Bandung?
3. Bagaimana dampak sosial dari penggunaan *t-shirt band* independen pada mahasiswa Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian Secara Umum

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang telah dikemukakan pada rumusan masalah, secara umum adalah untuk memperoleh gambaran secara faktual dan kredibel mengenai Pembelian *T-shirt Band* Independen Sebagai identitas sosial mahasiswa Kota Bandung

1.3.2 Tujuan Penelitian Secara Khusus

1. Untuk menganalisis terkait faktor yang melatar belakangi seseorang menggunakan *t-shirt band* independen
2. Untuk menganalisis bagaimana penggunaan *t-shirt band* independen dapat menggambarkan identitas sosial mahasiswa.
3. Untuk menganalisis bagaimana dampak sosial pada mahasiswa ketika menggunakan *t-shirt band* independen

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi landasan dalam pengembangan penelitian terutama dalam bidang sosiologi modern dan ilmu sosial, penerapan media dan pembelajaran lebih lanjut, dan bagaimana penelitian ini dapat menjadi bahan kajian lanjutan dalam bidang terkait. Selain itu penelitian ini juga diharapkan menjadi sebuah nilai tambah khasanah pengetahuan ilmiah dalam bidang ilmu sosial dan pendidikan di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka peneliti berharap penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi pembaca

Pembaca dapat mengetahui lebih jelas dan mendapatkan informasi mengenai bagaimana selera musik independen di dalam masyarakat juga

Muhammad Ferdy Ramadhan, 2023

REPRESENTASI IDENTITAS SOSIAL PADA PEMBELIAN T-SHIRT BAND INDEPENDEN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dapat membentuk Identitas sosial masyarakat, selain itu juga pembaca diharapkan dapat menyikapi hal tersebut secara kritis tanpa generalisasi dan juga mengedepankan aspek empiris dan non-etis.

2. Manfaat bagi peneliti

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat dalam hal bagaimana suatu stigma dapat terbentuk dan mengkonstruksi masyarakat secara turun-temurun, dan mengetahui bagaimana cara menyikapi suatu permasalahan dengan mengedepankan aspek ilmu pendidikan sosiologi secara multi-perspektif.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Agar penelitian skripsi ini dapat dipahami oleh berbagai pihak yang berkepentingan, maka penelitian akan dipaparkan secara keseluruhan dan disajikan ke dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: Bab ini berisi pembahasan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi. Latar belakang berisi tentang alasan ketertarikan peneliti berkenaan topik penelitian yang diangkat, dilanjutkan dengan rumusan masalah yang berisi tentang poin-poin utama dalam pembahasan secara substansif yang dibahas di dalam beberapa sub masalah yang berkenaan dengan fokus penelitian. Terdapat juga tujuan dan manfaat penelitian yang memaparkan tujuan dan manfaat kepada pihak-pihak terkait. Struktur organisasi skripsi berisi mengenai rangkuman isi inti setiap bab.

BAB II : Bab ini berisikan kajian pustaka, yang membahas dan menguraikan tentang kajian teori serta konsep yang relevan yang menjadi orientasi dalam penelitian ini.

BAB III : Dalam bab ini membahas tentang metode penelitian termasuk beberapa komponen seperti lokasi dan subjek penelitian, metode penelitian, instrumen penelitian teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari pengolahan atau analisis data yang digunakan sebagai rujukan dalam menghasilkan temuan yang berkaitan dengan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, analisis data dan pembahasan dari analisis data yang sudah dilakukan

oleh peneliti. Selain itu, pada bab ini juga peneliti akan menganalisis hasil temuan sesuai dengan teori yang telah diungkapkan pada Bab II.

BAB V : Bab ini menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan peneliti. Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang ditarik dari analisis data, pembahasan dan saran-saran sebagai penutup.