BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung adalah salah satu kota dimana musik *underground* berkembang dengan pesat. Musik *underground* terdiri genre musik di luar budaya *mainstream*. Musik dengan ciri *hardbeat* dan cenderung mengacu pada sebuah perlawanan yang di implementasikan melalui lirik yang bermuatan protes terhadap sesuatu merupakan ciri khas dari musik *underground.* Perkembangan musik *underground* di Bandung tumbuh dengan sangat signifikan. Hal ini bisa dibuktikan dengan banyaknya grup band *underground* dan juga *event-event* berskala nasional yang diselenggarakan di Bandung dengan menampilkan band-band *underground*. Peminat musik *underground* tidak terbatas pada kalangan tertentu saja, dari mulai anak kecil, remaja hingga kalangan dewasa sama-sama memiliki minat yang cukup besar.

Pada awal kemunculannya peminat musik *underground* di Bandung hanyalah segelintir orang saja. Musik *underground* memang sangat identik dengan tingkah laku yang cenderung kedalam keburukan pada saat itu. Seperti halnya metal dengan satanismenya, *punk* dengan kehidupan urakan dan anarkisnya. Hal ini membuat peminat musik *underground* pada saat itu tidak terlalu banyak. Sebagai kaum minoritas, ruang ekspresi mereka sangatlah terbatas. Oleh karena itu, untuk mendapatkan ruang ekspresi yang lebih luas, sesama penikmat musik *underground* mulai berkumpul dan saling bertukar pikiran. Maka kemudian, munculah beberapa komunitas musik *underground* di Bandung.

Menurut Smelser (Dalam Sunarto, 2004:23) perilaku kolektif adalah perilaku yang relatif spontan dan tidak terstruktur dari

sekelompok orang yang bereaksi terhadap pengaruh umum dalam situasi ambigu. Adapun ciri-ciri perilaku kolektif itu sendiri yaitu dilakukan bersama oleh sejumlah orang dan bersifat spontanitas karena merupakan tanggapan terhadap suatu rangsangan tertentu.

Pada awal tahun 2000-an, Komunitas musik *underground* di Bandung mulai memunculkan semangat kolektifitas sesama penggemar musik *underground*, salah satunya dengan munculnya komunitas bernama Kolektif Balkot Jam Lima Sore. Komunitas yang berganti nama menjadi *Balkot Terror Project* ini adalah sebuah gerakan kolektif yang dibangun dengan semangat memelihara kemurnian ideologi bermusik anggota-anggotanya. Bagi komunitas tersebut, betapa pun arus komodifikasi terhadap *scene* sudah sangat mengikis idealisme, gelombang komersialisasi tetap harus dilawan. Mereka menggelar *gigs* atau mengeluarkan rilisan baik album maupun *fanzine* (majalah rilisan komunitas *punk* yang diperbanyak dengan cara di fotokopi biasa) secara swadaya. *Gigs* digelar dengan cara kolektif, dalam arti setiap band yang ingin tampil harus patungan untuk sekedar menyewa alat musik dan tempat. Sebuah solusi yang kemudian jadi pilihan ketika perizijin untuk menggelar acara sangat sulit didapatkan. Rilisan dikemas sesederhana mungkin, yang terpenting karya-karya mereka bisa diperdengarkan ke orang lain, terutama sesama penikmat musik *underground*. Pola penggandaan CD dengan menggunakan personal komputer pun kerap ditempuh dan lantas dijual dengan harga yang relatif murah.

Komunitas yang saat ini paling identik dengan musik *underground* di Bandung adalah *Ujungberung Rebel*. Tidak hanya komitmen memainkan musik-musik *underground*, di sana juga ada geliat ekonomi kreatif-kerakyatan mulai dari jualan kaos dengan cara menyablon sendiri, sampai mendirikan perusahan rekaman independen.

Komunitas ini paling memberi pengaruh dan kontribusi terhadap musik *underground* di Bandung yang saat ini menjadi suatu sentral industri. Ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep berdasarkan aset kreatif yang berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Dos Santos dalam Trisnina, 2007), sedangkan istilah ekonomi kerakyatan adalah upaya memberdayakan (kelompok/satuan) ekonomi yang mendominasi struktur dunia usaha yang dikelola oleh dan untuk sekelompok masyarakat banyak (Mubyarto, 2000:34). Dengan kata lain, musik *underground* di Bandung merupakan aset kreatif yang menyimpan potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi khususnya masyarakat di Kota Bandung.

Pada saat ini, perkembangan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh komunitas *underground* di Bandung mengalami banyak kemajuan. Hal ini disebabkan oleh pesatnya perkembangan musik *underground* di Bandung hingga menjadi salah satu sentral industri. Selain itu perkembangan teknologi komunikasi dan internet juga berperan penting dalam memajukan kegiatan ekonomi tersebut. Hal ini memberikan peluang pada siapapun untuk melakukan promosi terhadap produk ataupun jasa yang kita buat tanpa harus mengeluarkan biaya yang banyak. Oleh karena itu, banyak sekali bermunculan baik itu band, komunitas dan juga *distro* di Bandung yang menjadi pelaku utama dalam kegiatan ekonomi tersebut baik dalam perilisan *merchandise*, album, maupun dalam membuat *gigs*. Komunitas *punk* adalah salah satu yang gencar melakukan kegiatan ekonomi untuk keberlangsungan kegiatan bermusik pada komunitas tersebut.

Kegiatan ekonomi pada komunitas *punk* sama seperti yang terjadi pada komunitas *underground* lainnya, mengutamakan kerja kolektif dan kerja mandiri atau disebut dengan *Do It Yourself* yang

selanjutnya kita sebut dengan DIY. Cara kerja seperti ini pada komunitas *punk* dikenal juga dengan istilah ekonomi kolektif.

Nicholas (Dalam Spencer, 2008:11) menggambarkan bahwa kewirausahaan *punk* sebagai gerakan sosial radikal yang berumur panjang, menggabungkan seni kreatif kontra budaya dengan protes sosial, dan kemandirian ekonomi dari hegemoni *mainstream*. Sebenarnya ekonomi kolektif yang dikenal di komunitas *punk* mirip dengan ekonomi kreatif kerakyatan. Ekonomi Rakyat adalah kancah kegiatan ekonomi orang kecil karena merupakan kegiatan berbasis kekeluarga, tidak merupakan usaha formal berbadan hukum, tidak secara resmi diakui sebagai sektor ekonomi yang berperanan penting dalam perekonomian nasional. Dalam literatur ekonomi pembangunan ekonomi kerakyatan disebut sektor informal, *underground economy*, atau *ekstralegal sector* (Alfred Marshall, 1948 : 14)

Salah satu komunitas *punk* di Bandung yang melakukan kegiatan ekonomi kolektif adalah *Bandung Pyrates Punx*. *Bandung Pyrate Punx* adalah *promoter* DIY dari acara-acara *punk* di Bandung, Indonesia. Mereka adalah bagian dari *Pyrate Punx crew* dari *chapter - chapter* yang juga berada di Amerika, Inggris, Kanada, Belanda, Jerman, Malaysia, Meksiko dan juga Indonesia. *Pyrate Punx* secara global di seluruh dunia adalah sebuah wadah kolektif untuk band-band, *promoter* lokal, pengorganisasi acara *punk* DIY, dan yang paling penting dari semua adalah jalinan persahabatan (termasuk untuk di seluruh dunia, bukan hanya lokal). *Bandung Pyrates Punx* hingga saat ini sudah memiliki *distro, studio show* hingga sound sistem sendiri untuk melaksanakan *event* kolektif dari hasil mereka menjalankan kegiatan ekonomi kolektif itu sendiri.

"*Perompak Record Shop and Distributions*" yang berlokasi di Pasar Antik Cikapundung Lantai 3 – FS37 Bandung adalah toko milik *Bandung Pyrate Punx*. Mereka menjual rilisan dari band-band *punk* baik itu lokal maupun dari band-band luar. *Bandung Pyrate Punx* juga aktif dalam menyelenggarakan *gigs-gigs* kolektif, bahkan diantaranya ada beberapa *gigs* yang dilaksanakan dengan mengundang beberapa band dari luar negeri. Ada beberapa metode penjualan *merchandise* dan karya musik yang tidak dilakukan oleh komunitas *underground* lainnya. Jika dilihat dari segi pengelolaan, *Bandung Pyrate Punx* melakukannya melalui cara-cara yang berbeda dibandingkan dengan komunitas lainnya. Jika pada komunitas lain *Record Store Day* dilakukan pada setiap bulan april, namun pada komunitas ini dilakukan setiap tiga bulan sekali. Selain itu ada metode penjualan *merchandise* yang dilakukan dengan cara mengirim *merchandise* tersebut kepada panitia penyelenggara sebuah acara (*gigs*) di kota tertentu satu hingga dua bulan sebelum band tersebut tampil. Hal ini dilakukan guna menutupi kekurangan biaya akomodasi yang disediakan oleh panitia yang mengundang band tersebut. Sehingga menjadi sebuah solusi baik bagi band dan juga panitia, karena kekurangan biaya transportasi dapat ditanggulangi dari hasil penjualan *merchandise*. Dengan demikian pola seperti ini secara tidak langsung telah membantu panitia untuk tetap bisa mengundang band yang mereka inginkan. Fenomena ini biasa dilakukan hanya pada sesama komunitas *punk* saja, atau biasa menyebutnya sebagai *gigs* komunitas.

Sering tampil di *gigs* tentunya membuat sebuah band akan semakin dikenal. Untuk itu komunitas *Bandung Pyrate Punx* memiliki strategi dengan cara menyelenggarakan arisan band yang anggotanya terdiri dari 10 band agar bisa menyelenggarakan banyak *gigs*. Kegiatan arisan tersebut digelar 1 bulan sekali dan 2 band pemenang arisan berhak mendapatkan sejumlah uang untuk dipakai menggelar sebuah *gigs*. Dari 2

band tersebut biasanya mereka berhak memilih 2 band tambahan untuk mendampingi pertunjukan mereka. Hal ini merupakan salah satu cara mereka berpromosi guna meningkatkan penjualan *merchandise* dan karya musik mereka.

Ditinjau dari segi segmentasi pasar, *Bandung Pyrate Punx* sebenarnya memiliki segmentasi yang sangat sempit, bahkan cenderung membatasi diri dari sisi pemasaran. Sesuai dengan ideologi *punk* yang merupakan budaya perlawanan dari hegemoni *mainstream*. Fenomena inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai kegiatan ekonomi kreatif yang dilakukan secara kolektif oleh komunitas *Bandung Pyrate Punx*. Karena dibalik sempitnya segmentasi pasar mereka, hingga saat ini *Bandung Pyrate Punx* mampu bertahan dan berkembang menjadi sebuah komunitas yang lebih besar lagi.

Bandung Pyrate Punx menjadi wadah bagi band-band baik lokal maupun luar untuk mendapat suatu *gigs* ataupun melaksanakan tour. Dengan adanya *networking* yang baik diantara komunitas *punkers*, hal seperti ini menjadi sesuatu hal yang mudah dilaksanakan. Namun jangan harap mendapatkan *gigs* berskala besar. Biasanya mereka melaksakan *gigs* di tempat-tempat terpencil seperti rumah kosong, villa, café ataupun di hutan bahkan di sebuah pulau. Semua itu dilaksanakan dengan cara kolektif. Baik dalam melaksanakan *gigs*, tour ataupun dalam proses perilisan album maupun *merchandise*. Dengan cara seperti itu komunitas dan band bisa menghidupi dirinya sendiri walaupun terkesan seadanya. Namun tidak semua komunitas punk yang menjalankan kegiatan ekonomi kolektif seperti ini dapat bertahan dan berkembang seperti pada komunitas Bandung Pyrate Punk. Pengelolaan yang baik tetap diperlukan untuk menjaga kontinuitas dari keberlangsungan komunitas itu sendiri.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji secara mendalam mengenai *Bandung Pyrate Punx* dalam menjalankan roda ekonomi komunitas tersebut, dalam hal ini ialah kegiatan ekonomi kreatif kolektif yang diberi judul: **"Peranan Ekonomi Kolektif Pada Komunitas *Bandung Pyrate Punx* (Studi Kasus pada Manajemen Penjualan Merchandise dan Karya Musik)".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

Bagaimanakah pelaksanaan kegiatan ekonomi kolektif yang dilaksanakan oleh Komunitas *Bandung Pyrate Punx*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskrpisikan bagaimana pelaksanaan kegiatan ekonomi kolektif yang dilaksanakan Komununitas *Bandung Pyrate Punx*

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan akan memberikan beberapa manfaat kepada beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, dapat dijadikan pembelajaran dan mendapat pengetahuan baru tentang konsep industri musik yang terdapat pada komunitas *punk*.

2. Bagi komunitas *punk*, dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui kelemahan dan kekurangan kegiatan ekonomi kolektif sehingga bisa dijadikan dasar untuk mengembangkan ke arah yang lebih baik dimasa mendatang

3. Bagi akademisi, penelitian ini menjadi salah satu bahan referensi atau acuan peneliti beikutnya yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode

Kumar (1999:24) menyatakan bahwa metode studi kasus adalah suatu pendekatan untuk meneliti fenomena sosial melalui analisis kasus individual secara lengkap dan teliti, serta memberikan suatu analisis yang intensif dari banyak rincian khusus yang sering terlewatkan oleh metode penelitian lain. Sedangkan menurut Pollit dan Hungler (1999) memaknai studi kasus sebagai metode penelitian yang menggunakan analisis mendalam, yang dilakukan secara lengkap dan teliti terhadap unit sosial lain.

Bogdan dan Taylor (Dalam Moleong, 2010) menyatakan bahwa Penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan prilaku orang orang yang diamati. Melalui penelitian kualitatif peneliti dapat mengenali subjek dan merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari. Menurut definisi ini penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif sehingga merupakan rinci dari suatu fenomena yang diteliti.

Penelitian ini mengarah pada mutu dan kedalaman uraian, yakni pembahasan tentang tata kelola Bandung Pyrates *Punk* dalam menjalankan kegiatan ekonomi kolektif, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Dalam hal ini subjek penelitiannya adalah *Bandung Pyrate Punx*.

1.5.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri dengan dibantu instrumen lain yaitu wawancara, dokumentasi dan juga observasi, studi literatur. Peneliti sebagai instrumen utama karena hanya peneliti yang dapat bertindak sebagai alat yang responsif terhadap realitas karena bersifat kompleks. Peneliti melakukan observasi secara mendalam melalui wawancara dengan anggota komunitas *Bandung Pyrate Punx*, serta melakukan observasi mengenai kegiatan ekonomi kolektif. Peneliti merupakan perencana, pengumpulan data, analisis, penafsir data dan menjadi pelapor hasil penelitiannya. Instrumen penelitian dimaksudkan sebagai alat pengumpul data (Moleong, 2010: 168).

Ciri-ciri umum manusia sebagai instrumen mencakup segi responsif, dapat menyesuaikan diri, menekankan keutuhan, mendasarkan diri atas pengetahuan, memproses dan memanfaatkan kesempatan yang tidak lazim atau idiosinkratik. Manusia sebagai instrumen responsif terhadap lingkungan dan terhadap pribadi-pribadi yang menciptakan lingkungan. Manusia bersifat interaktif terhadap orang dan lingkungannya.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

   Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini ialah partisipan, artinya peneliti langsung terlibat pada situasi yang diamati, dengan kata lain peneliti berinteraksi atau mempengaruhi objek yang diamati.

2. *Interview /* wawancara

   Melakukan wawancara untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan judul penelitian. Data yang dikumpilkan dalam penelitian ini yaitu mengenai manajemen *Bandung Pyrates Punx* dalam menjalakan sistem ekonomi kolektif, meliputi *promotor*, band yang ada di dalam komunitas tersebut, pengurus *Bandung Pyrate Punx*, serta beberapa pihak yang terkait ataupun bekerja sama dalam menjalankan kegiatan ekonomi kolektif yang dilakukan *Bandung Pyrate punx*.

3. Dokumentasi

   Berkenaan dengan penelitian ini, berbagai macam dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya: arsip-arsip, foto-foto.

4. Studi literature

   Peneliti melakukan studi literature mengenai manajemen melalui buku-buku, artikel, internet dan lain-lain

1.7 Lokasi dan Sasaran Penelitian

Lokasi penelitian adalah "*Perompak Record Shop and Distributions*" yang berlokasi di Pasar Antik Cikapundung Lantai 3 – FS37, Bandung dan juga *Pirata House*. Sasaran penelitian adalah Komunitas *punk* di Bandung khusunya *Bandung Pyrate Punx* dalam menjalankan kegiatan ekonomi kolektif.

1.8 Sistematika Penelitian

Peneliti membuat laporan hasil penelitian tersebut dengan menggunakan sistematika penelitian yang telah ditentukan oleh program studi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lokasi penelitian, meode penelitian, dan sistematika penelitian yang dipakai.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi informasi-informasi yang bersifat teoritis dan ilmiah, baik bersumber dari buku ilmiah, jurnal ilmiah, atau sumber kepustakaan lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, baik penjelasan tentang medote yang dipakai, Teknik dan Instrumen. Bab ini juga berisi penjelasan rinci perihal pengumpulan data, analisis data dan penyajian analisis data.

BAB IV DATA PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi data-data yang diperoleh, baik data yang diambil melalui observasi, wawancara, dokumentasi, diskusi kelompok, catatan-catatan dan rekaman, yang kemudian diuraikan, diklasifikasi, dan kemudian dianalisis pada sub bab Pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi penjelasan yang merupakan jawaban atas pertanyaan yang diajukan pada perumusan masalah dan juga saran peneliti atas kesimpulan yang didapat.

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Musik

2.1.1. Pengertian Musik

Musik merupakan salah satu cabang seni yang menjadi kebutuhan hidup masyarakat. Keberadaan musik dalam kehidupan masyarakat tentunya tidak terlepas dari fungsi dan peran musik itu sendiri. Selain sebagai media ekspresi, musik oleh masyarakat digunakan untuk upacara adat atau keagamaan, estetik dan juga sebagai media hiburan bagi masyarakat.

Musik dalam kamus besar bahasa Indonesia (1988:602) mengandung arti: (1) Ilmu atau seni menyusun nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal untuk menghasilkan komposisi (suara) yang mempunyai kesatuan dan kesinam-bungan, (2) Nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu, dan keharmonisan (terutama yang menggunakan alat-alat yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi itu).

Melalui suara yang teratur musik dapat membangkitkan respon manusia dan sebagai sarana komunikasi kepada seseorang baik sebagai individu maupun masyarakat. William Christ dan Rochard Delone (dalam Sumaryanto, 2000:7) dijelaskan bahwa musik adalah rangkaian bunyi ekspresif yang disusun dengan maksud membangkitkan respon manusia. Bunyi ekspresif yang dimaksud mengandung makna suatu spectrum/rentetan kemungkinan-kemungkinan yang luas dari nada, termasuk juga

noise, dan kombinasinya dengan kesenyapan. Dalam pengertian lain musik merupakan sarana yang dapat mengkomunikasikan sesuatu kepada pendengar.

Sedangkan Jamalus (1988:2) mendefinisikan musik apabila karya seni tersebut mengandung unsur-unsur sebagai berikut.

a. Irama

Irama adalah suatu urutan rangkaian gerak yang terbentuk dari suatu kelompok bunyi dan diam dengan bermacam-macam lama waktu atau panjang pendaeknya, membentuk pola irama bergerak menurut pulsa dalam ayunan birama. Irama dapat diartikan juga bunyi atau kelompok bunyi dengan bermacam-macam panjang pendeknya not dan tekanan atau aksen pada not.

b. Melodi

Melodi adalah susunan rangkaian nada (bunyi dengan getaran tertentu) yang terdengar beraturan serta berirama dan mengungkapkan suatu gagasan. Rangkaian atau perpaduan nada-nada tersebut memperindah suasana dan memberikan kepuasan bagi siapa saja yang menikmatinya.

c. Harmoni

Harmoni adalah keselarasan bunyi yang berupa gabungan dua nada atau lebih yang berbeda tinggi rendahnya yang dibunyikan secara serentak.

2.1.2 Musik Underground

Awal mula adanya musik underground berawal dari musik bergenre *heavy metal*. *Heavy metal* adalah sebuah aliran musik rock yang berkembang pada 1970-an, dengan akar dari blues rock dan psychedelic rock. Aliran musik ini ditandai dengan distorsi gitar yang sangat kuat, solo gitar panjang, ketukan cepat. Lirik *heavy metal* berkaitan dengan maskulinitas dan kejantanan.

Pada awal tahun 1970, *heavy metal* dipelopori oleh band-band seperti *Led Zeppelin, Black Sabbath,* dan *Deep Purple*. *Heavy metal* pada era tersebut masih dipengaruhi oleh elemen blues yang kental. Sedangkan *Judas Priest* mengembangkan genre ini dengan menghilangkan unsur blues dan lebih mengandalkan distorsi, *beat* yang lebih cepat, dan harmonis. Era ini ditandai dengan munculnya *New Wave Of British Heavy metal* yang selanjutnya dikenal dengan singkatan NWOBHM. Band pioner dari era ini adalah *Motorhead*. Konsep dari NWOBHM sendiri adalah menggabungkan *Punk* dan *Heavy metal*. Band-band NWOBHM lainya adalah *Iron Maiden*, *Saxon*, *Venom*, *Diamond Head*, dan lain lain.

Pada awal tahun 1980 *heavy metal* akhirnya bertabrakan dengan musik pop, hal ini memunculkan genre yang disebut *Glam metal*. *Glam metal* berhasil menerobos *chart-chart* papan atas, hal ini yang menyebabkan *Heavy metal* lebih tersebar cepat ke seluruh dunia.

Grunge mulai dikenal pada awal tahun 90-an. *Grunge* menjadi kekuatan baru dalam musik *underground* yang membuat band-band *Glam Metal* pada era 80-an mengalami penurunan popularitas. Sementara itu band-band seperti *Metalica*, *Pantera*,

Tool, *White Zombie* dan *Megadeth* menjadi ujung tombak keberadaan musik metal pada saat itu.

Pada tahun 1990-an musik *underground* memasuki era *extreme metal* seperti *Grindcore* yang dipelopori oleh *Napalm Death dan Brutal Truth*. Selanjutnya *extreme metal* ini melahirkan genre *death metal*. Band-band *death metal* yang lahir para tahun 1991 diantaranya *Dismember*, *Unleashed*, dan *At The Gates*. Kemudian ada juga melodic *Death metal* yang berasal dari Gothenburg Swedia. Genre ini berkembang di Finlandia dan Norwegia melalui band-band seperti *Arch Enemy*, *Dark Tranquillity* dan *Disessetion*.

Istilah *underground* digunakan majalah musik untuk mengidentifikasi band-band yang memainkan musik keras dengan gaya yang lebih `liar' dan `ekstrem'. Mengenai istilah musik *underground* itu sendiri, Yapi Tambayong (1992) berpendapat bahwa *underground* diartikan sebagai suatu gerakan seni rock yang muncul di penghujung akhir dekade 1960-an. *Underground* sendiri hadir sebagai jawaban untuk musik yang mempunyai dua konteks, yaitu musik yang melawan arus komersial dan musik yang berani melakukan eksperimen bunyi dengan suara gegap gempita. Konotasi *underground* menjadi semacam perlawanan terhadap trend musik yang berkembang pada saat itu. Contoh musisi luar negeri yang dikategorikan sebagai musisi *underground* antara lain: *Frank Zappa, Grand Funk Railroad, Black Sabbath, Alice Cooper*.

Underground merujuk pada jenis musik hingar bingar yang dibarengi dengan berbagai atribut non-musikal, seperti rambut gondrong, pakaian semrawutan, serta atraksi panggung yang teatrikal dan sensasional. Istilah *underground* dalam khasanah

musik populer di Indonesia diperkenalkan kali pertama oleh majalah *Aktuil*. Istilah ini pada awalnya diidentifikasi sebagai grup musik rock. Selain karena jenis musiknya, grup musik rock kerap kali menyajikan aksi-aksi dan gaya panggung yang tidak umum dalam pertunjukan musiknya. Band-band tersebut mengkhususkan dirinya dalam lagu yang keras, baik dalam pengungkapan orkestrasinya maupun dalam susunan melodi yang menjauhi nada-nada yang manis atau biasa disebut *broken chord*.

2.1.3 Pengertian *Event*

Menurut Gets (1997) *event* adalah fana, tidak abadi, dan setiap *event* merupakan suatu campuran unik dari durasi, pengaturan, pengurus, dan orang-orangnya. Sedangkan menurut Allen (2002:37) spesial *event* adalah suatu ritual istimewa, penunjukan, penampilan, atau perayaan yang pasti direncanakan dan dibuat untuk menandai acara-acara khusus atau untuk mencapai tujuan sosial, budaya, atau tujuan bersama-sama. *Event* merupakan pertunjukkan secara langsung yang ditujukan untuk menarik perhatian masyarakat atau konsumen. *Event* sangat efektif untuk mempromosikan suatu produk oleh perusahaan. Ruslan (2003) mengartikan bahwa special *event* sebagai acara yang biasanya dilaksanakan untuk mendapatkan perhatian media atau khalayak tertentu terhadap perusahaan atau produk perusahaan.

Event dibedakan menjadi dua, yaitu *public event* dan *private event*. Yang termasuk dalam *public event* adalah : perayaan budaya, seni atau hiburan, bisnis atau perdagangan, kompetisi olahraga, pendidikan dan ilmu pengetahuan, rekreasi, serta politik atau kenegaraan. Sedangkan private *event* meliputi

perayaan pribadi seperti peringatan hari jadi atau anniversaries, liburan keluarga, pesta pernikahan, dan pesta ulang tahun, serta *event-event* sosial seperti pesta-pesta, gala, dan acara reuni. (Getz, 1997:7).

Event dalam bidang ekonomi politik dan pariwisata adalah sebagai penarik minat turis, pembuat image, alat politik, dan sebagai alat untuk menggalang dana. Dalam perayaan umum dapat berupa acara peringatan, pesta, upacara agama atau ritual-ritual, dan *event-event* santai. Sedangkan dalam pekerjaan dan kehidupan sehari-hari berupa perayaan pribadi.

2.2 *Punk*

2.2.1 Pengertian *Punk*

Punk sampai saat ini masih menjadi fenomena dalam lingkup budaya kawula muda, tentang pengertian *punk* sendiri ada beberapa pendapat yang merajuk pada istilah tersebut. Menurut Kamus Bahasa Indonesia (2009: 583), "*Punk* adalah pemuda yang ikut gerakan menentang masyarakat yang mapan, dengan menyatakan lewat musik, gaya berpakaian dan gaya rambut yang khas". Pengertian tersebut menggambarkan *punk* sebagai suatu subkultur yang memiliki sistem perilaku, seperangkat nilai dan cara hidup yang digunakan untuk menunjukkan perlawanannya terhadap budaya dominan atau budaya populer.

Kennedy (2009: 238) mengemukakan bahwa "*Punk* adalah pilihan. *Punk* adalah sandaran hidup. *Punk* adalah media ekspresi. *Punk* adalah eksistensi diri dan *punk* adalah dunia sekelompok anak muda yang sedang meneriakkan suara-suara yang terbungkam dan terpinggirkan karena timpangnya kehidupan sosial masyarakat kota: kaum urban".

Ada tiga definisi *punk* seperti yang disebutkan Craig O'Hara (1995). Yang pertama, *punk* sebagai tren remaja dalam *fashion* musik. Kedua, *punk* sebagai keberanian memberontak dan melakukan perubahan. Ketiga, *punk* sebagai bentuk perlawanan yang 'hebat' karena menciptakan musik, gaya hidup, komunitas dan kebudayaan sendiri.

a. *Punk* sebagai tren remaja dalam *fashion* dan musik

1. *Punk* sebagai tren dalam *fashion*

Pada umumnya masyarakat mengidentidikasi *punk* pertama kali dengan melihat dari segi *fashion*. Menurut Barnard (2009: 66), "*Fashion* dan pakaian adalah kultural dalam artian keduanya merupakan cara untuk mengomunikasikan identitasnya. Kedua merupakan cara untuk mengomunikasikan nilai-nilai dan identitas kelompok baik itu ke kelompok lain maupun ke para anggota kelompok itu sendiri. *Fashion* dan pakaian itu komunikatif karena keduanya merupakan cara nonverbal untuk memproduksi serta mempertukarkan makna dan nilai-nilai:.

Menurut Solomon dalam Rusbiantoro (2008: 104), "Ada sesuatu totemik dalam cara kita mengenakan pakaian untuk mengomunikasikan identitas kemompok kita. Dengan cara memakai totem tertentu, kita dapat memngumumkan siapa diri kita dan dengan siapa kita mengidentifikasikan diri".

Punk mungkin bisa dipahami sebagai suatu fenomena ideologis yang lebih eksplisit. Ini mungkin dapat dilihat dalam kalung rantai dan aksesoris lain yang terkesan

“murahan” yang merupakan suatu serangan ideologis terhadap nilai-nilai estetis kelas dominan apabila bukan serangan kapitalisme itu sendiri. Rantasi, dan jaket lusuh dengan banyak emblem tidak dipakai kelas dominan. Ini bisa diartikan bahwa serangkaian tampang *punk* bisa dilihat sebagai kebalikan dari nilai-nilai yang dianut kelompok tertentu (Barnard : 2009: 61).

Punk menggunakan *fashion* dan pakaian untuk menantang ideologi dominan dan melawan distribusi kekuasaan dalam tatanan sosial. Cara yang digunakan *punk* adalah untuk menarik perhatian pada ketidakalamiahan konsepsi kelas dominan tentang kecantikan untuk menunjukkan bahwa mereka adalah sesuatu yang dipikirkan oleh orang dengan memikirkan konsepsi-konsepsi alternatif (Barnard, 2009: 63).

Seperti yang dikemukakan oleh Hebdige (1999: 231). “Objek-objek yang dipinjam dari konteks paling kotor mendapat tempat dalam ansambel *punk*. Rantai kakus dihias menjadi lengkung undah didada yang dibingkai dengan keliman plastik. Tenun buangan ‘murahan’ (PVC, plastik, lureks, dan lain-lain) dengan desain vulgar dan warna-warna ‘buruk’, yang telah lama dipikir oleh seksi mutu dalam industri *fashion* karena dinilai sebagai kitsch usang diselamatkan kaum *punk* dan diubah menjadi garmen yang menawarkan komentas yang awas tentang apa yang disebut kemodernan dan selera”.

Pada perwujudan *fashion* dan pakaian yang dikenakan *punk* tersebut berfungsi sebagai penanda bagi

mereka yang membedakan dengan komunitas lain. Objek tersebut merupakan aksesoris khas yang dimiliki *punk* dan dipakai dalam keseharian, khususnya apabila ada *event-event* tertentu misalnya didalam sebuah *gigs*.

2. *Punk* sebagai tren dalam musik

Rusbiantoro (2008: 29) mengemukakan bahwa " Musik merupakan alat penyatu dari semua gerakan politik dan budaya tanding. Musik juga merupakan alat politis yang paling efektif untuk mengadakan protes sosial dan menggugah kesadaran masyarakat akan situasi sosial dan menggugah kesadaran masyarakat akan situasi sosial pada saat yang sangat genting dan meresahkan.

Musik bagi kaum *punk* adalah ekspresi jiwa, oleh karena itu lirik lagu yang ditulis biasanya berisikan sediki kekerasan dan kemarahan pada segala bentuk kapitalisme seperti penindasan, rasisme, fasisme, serta kritikan-kritikan terhadap penguasa dan beberapa tema cinta dengan kata-kata yang tidak menyayat hati tentunya, ada juga yang menceritakan tentang kehidupan sehari-hari sebagai *punk*.

Musik *Oi!* Memiliki ciri irama lagu yang lurus dan monoton mirip mars dengan akar musik rock. Musiknya agak kocar-kacir dan adakalanya rentaknya harmonik tetapi sederhana, Minimal kord yang dimainkan 2 sampai 3 kord saja. Ketukan drumnya statis dan terkadang menghentak dengan sedikit cepat. Teknik vokal asal-asalan seperti orang ngoceh. Sound gitar yang terdengan sedikin *noise* (pecah). Ciri-ciri

musik *punk* ini adalah anarchy, rebel, anti kemapanan, *drugs* dan seks

Oi! Adalah musik untuk semua dan semua orang yang berjalan di jalanan kota dan melihat rendah pada kaum elit dapat dihubungkan dengan *oi!*. Semua orang yang selalu merasa berbeda, juga dapat dihubungkan dengan *Oi!*. Musik *Oi!* Tidak memandang ras, warna dan kepercayaan "*Oi! Musik is abour having laugh and having say, plain and simple* (Kennedy, 2009: 137)

Di tahun 1999-an, musik *Oi!* Semakin berkembang di *scene* musik tanah air. Band-band *Oi!* Bermunculan di sejumlah kota seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Malang dsb. Berbekal etika DIY (*Do It Yourself*) mereka merintis usaha rekaman sendiri dan distribusi terbatas. Mereka membuat label rekaman sendiri untuk menaungi band-band sealiran sekaligus mendistribusikannya ke pasaran. Kemudian usaha ini berkembang menjadi semacam toko kecil yang lazim disebut *distro*. Musik *Oi!* Merupakan salah satu jenis musik *underground*. Tidak semua orang bisa menikmati musik *Oi!* Karena kaset dan lagu-lagu *Oi!* beredar di komunitas terbatas pada saat itu. *Distro* merupakan sebuah toko dimana orang bisa mendapatkan kaset dan CD dari band-band *underground* termasuk band *Oi!* lokal maupun luar negeri. Informasi-informasi mengenai band-band dan *review* kaset atau CD serta publikasi *gigs Oi!* diterbitkan melalui *fanzine*, sebuah majalah minimalis buatan komunitas musik *underground* lokal yang juga bisa didapatkan di *distro.*

CD dan kaset tidak lagi menjadi satu-satunya barang dagangan di *distro. Distro* juga memprodiksi dan mendistribusikan baju, aksesoris, buku, majalah, poster serta jasa tindik (*piercing*) dan tato. Seluruh produk dijual terbatas dengan harga yang amat terjangkau. Dalam kerangka filosofi *punk*, *distro* adalah implementasi perlawanan terhadap perilaku konsumtif anak muda pemuja barang bermerek luar negeri.

Musik *punk* memang keras jika dilihat dari unsur komposisi musiknya, akan tetapi jika dilihat lebih dalam mengenai lirik-lirik yang mereka tulis terdapat sebentuk ekspresi jiwa para *punkers* terhadap lingkungan sekitar, dan sesuatu yang ingin mereka perjuangkan, mereka tulis dalam bentuk kata-kata sederhana yang lugas.

3. *Punk* sebagai keberanian memberontak dan melakukan perubahan

   Di tahun 1970-an lahir musik *punk* yang mempunyai kode pakaian jauh lebih radikal, anarkis dan memberontak. Seperti musik rock yang mengungkapkan frustasi dan harapan kaum remaja, musik *punk* juga mengungkapkan pemberontakannya kepada orang tua dan pemerintahan Inggris serta kemapanan masyarakat di tahun 1970-an. Jumlah pengangguran semakin banyak dan perasaan keterasingan semakin meningkat dengan menguatnya kekuatan ultra nasionalis pada saat itu. Musik *punk* juga melawan kemapanan musik rock di tahun 1970-an yang terlalu komersil. Perlawanan itu dilakukan dengan cara menciptakan gaya bermusik yang kasar, lengkap dengan kode *fashion* yang anarkis dengan

menolak segaka hal yang dilakukan pemusik rock di tahun 1960-an (Rusbiantoro, 2008: 110)

Punk generasi kedua ini mengfokuskan pada isu-isu dan aktivitas independen yang lebih politis seperti isu feminisme, gender, pemberdayaan komunitas, independensi, rasisme, isu anti perang dan lain-lain. Semua ini merupakan isu komunal yang beredar diantara komunitas *punk* itu sendiri dalam rangka melawan informasi dari budaya *mainstream*. *Punk* berusaha menentang semua budaya dominan atau budaya konsumerisme yang dikuasai borjuis dan melawan segala bentuk kapitalisme (Fitrianstah dalam Kennedy, 2009: 136).

Subkultur *punk* mempresentasikan 'derau' (sebagai lawan dari suara). Seperti yang dikemukanan oleh Hebdige (1999: 169), 'Kaum *punk* mesti menghadirkan diri sebagai 'orang bejat' sebagai lambang dari pembusukan yang dipublikasikan besar-besaran, yang dengan sempurna mempresentasikan kondisi ketimpangan sosial di Inggris Raya. Berbagai ansambel stilistik yang diadopsi kaum *punk* sudah pasti merupakan ekspresi dari agresi, frustasi dan kecemasan yang serius. Inilah yang membuat kecocokan metafora *punk* baik bagi anggota subkultur *punk* dalam sebagai tontonan: kemampuannya untuk menghadirkan tanda-tanda dari seluruh himpunan masalah kekinian. Inilah yang membuat subkultur ini mampu menarik anggota baru dan menyebabkannya ditanggapi dengan berang oleh orang tua, guru, dan pegawai yang menciptakan kepanikan moral terhadap mereka, termasuk dari para 'wirausahawan moral', penasehat setempat, 'budayawan' (pundit) dan perdana menteri yang berkewajiban untuk

melancaran serangan terhadap mereka. Dalam rangka mengomunikasikan kekacauan, mula-mula bahasa yang pantas tadi harus diseleksi, meskipun kelak disubversi. Agar *punk* dapat dienyahkan sebagai *chaos*, hal ini pertama-tama harus dipahami sebagai ‘derau’.

b. *Punk* sebagai bentuk perlawanan yang ‘hebat’ karena menciptakan musik, gaya hidup, komunitas, dan kebudayaan sendiri.

1. *Punk* sebagai perlawanan yang hebat karena menciptakan musik

Musik *punk* tidak terlalu mementingkan musikalitas, tetapi yang lebih dipentingkan adalah ekspresi dan jiwa *punk*. Musik bagi mereka adalah sebuah ekspresi dan pendistribusian pesan perlawanan seperti anarkisme, kapitalisme, borjuis, sistem, rasisme, fasisme maupun militerisme. Musisi *punk* mempunyai esensi penolakan terhadap nilai-nilai yang sudah mapan, nilai-nilai yang sudah ada didalam masyarakat. “Maksud dari pernyataan tersebut bahwa *punk* menjunjung tinggi nilai anti kemapanan yaitu bebas mengatur hidup mereka sendiri.

Pogo merupakan suatu gerekan yang muncul di acara *punk* dan biasanya dipicu oleh *beat speed*. Seperti diungkapkan oleh Malcom Butt (2009: 30) “ Ketika 1976 berlanjut, dan reputasi negatif Sex Pistols meningkat, demikian juga reputasi negatif Sid. Dia

begitu tertarik untuk melihat band tersebut sehingga dia melompat-lompat di tempat dengan ‘kegilaan’ yang dipicu oleh *speed*, sehingga secara tidak sengaja melahirkan tarian khas *punk* rock, *pogo*”.

2. *Punk* sebagai bentuk perlawanan ‘hebat’ karena menciptakan gaya hidup.

Istilah gaya hidup, baik dari sudut pandang individual maupun kolektif, mengandung pengertian bahwa “Gaya hidup sebagai cara hidup yang mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan, dan pola-pola respons terhadap hidup, terutama perlengkapan untuk hidup (Adlin, 2006: 37)

Ada hubungan timbal balik dan tidak dapat dipisahkan antara keberadaan citra (*Image*) dan gaya hidup (*lifestyle*). Gaya hidup sebagai cara manusia memberikan makna pada dunia kehidupannya, membutuhkan medium dan ruang untuk mengekspresikan makna tersebut, yaitu ruang bahasa dan benda-benda, yang didalamnya citra mempunyai peran sangat sentral. Dipihak lain, citra sebagai sebuah kategori didalam relasi simbolik antara manusia dan dunia objek, membutuhkan aktualisasi dirinya ke dalam berbagai dunia realitas, termasuk dunia gaya hidup (Adlin, 2006: 71).

Gaya hidup dalam arus kultur kontemporer ini kemudian memunculkan dua hal yang sama sekaligus

berbeda yaitu alternatif dan diferensiasi. Kedua hal itu bisa jadi esensinya sama tetapi berbeda manifestasi eksistensinya. Alternatif lebih bermakna resistensi atau perlawanan terhadap arus budaya *mainstream*, sedangkan diferensiasi justru sebaliknya mengikuti arus budaya *mainstream* dengan membangun identitas diri yang berbeda dari yang lain. Diferensiasi adalah suatu pilihan untuk membuat diri berbeda dengan mengonsumsi barang-barang yang ditawarkan pemegang modal, sedangkan alternatif adalah sebuah bentuk resistensi untuk tidak mengikuti arus kapitalisme (Adlin, 2006: 92).

Punk memproduksi seluruh sejarah jahit-menjahit bagi kultur pemuda kelas pekerja pasca perang dengan format *'cut-up'* (sobekan) yang memadukan berbagai unsur yang berasal dari epos-epos yang jauh berbeda. Diciptakanlah chaos dengan jambul dan jaket kulit, pengait bordil dan pemetik sput, sepatu kets dan paka macs, rambut cepak mod dan langkah besar *skinhead*, celana pipa dan kaos kaki mencolok, kulkas gelandangan dan sepatu *boot bovver* seluruhnya dibiarkan 'ditempatnya' dan 'diluar waktu' dengan perekat dasyat : peniti dan plastik gantungan baju, rantai perbudakan (*bondage*) dan potongan tali yang mendapat banyak perhatian rasa ngeri dan terperangah. Oleh sebab itulah *punk* menjadi tempat yang sangat tepat untuk mengawali kajian semacam ini karena gaya *punk* mengandung bermacam-macam pantulan terpilih dari semua subkultur pasca perang ini (Hebdige, 1999: 51).

Banyak sekali perilaku kaum *punk* yang dianggap menyimpang oleh masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Hebdige (1999: 182), dia menyatakan bahwa dalam kebanyakan kasus, inovasi stilistik subkulturlah yang mula-mula menarik perhatian media. Selanjutnya aksi menyimpang atau anti sosial, vandalisme, menyumpah, berkelahi, 'perilaku binatang' ditemukan polisi, pengadilan, media massa dan aksi-aksi ini dipakai untuk menjelaskan penyelewengan orisinil subkultur terhadap kode busana. Memang, baik prilaku menyimpang ataupun identifikasi seragamnya yang khas ini dapat menjadi pemicu bagi timbulnya kepanikan moral. Dalam hal *punk*, diekspos enya gaya *punk* oleh media nyaris bersamaan waktunya dengan ditemukannya atau diciptakannya penyimpangan *punk*".

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *punk* menjadi salah satu bentuk resistensi terhadap gaya hidup. Penggunaan gaya dalam subkultur *punk* sangat berbeda dan simbolik. Hal ini merupakan suatu bentuk deviasi sebagai tindakan penyimpangan perilaku yang bertentangan dengan masyarakat, dan digunakan sebagai perjuangan melawan budaya dominan atau kelompok dominan (orang tua, kalangan elite masyarakat, norma sosial yang ketat, negara)

3. *Punk* sebagai bentuk perlawanan yang ‘’hebat’ karena menciptakan komunitas.

Kehidupan sosial orang dipengaruhi oleh bentuk komunitas (*community*) dimana ia hidup. Horton dan Hunt (1984:129) menyatakan bahwa sebuah komunitas dapat didefinisikan baik sebagai suatu kelompok kesatuan manusia (kota kecil, kota, desa) maupun sebagai seperangkat perasaan (rasa keikatan, kesetiaan). Namun demikian, tidak terdapat keseragaman dalam penggunaan istilah tersebut. Salah satu definisi yang banyak digunakan seperti yang dikemukakan Horton dan Hunt (1984: 129) bahwa komunitas adalah suatu kelompok setempat (lokal) dimana orang melaksanakan segenap kegiatan (aktivitas) kehidupannya”.

Horton dan Hunt juga mengungkapkan bahwa Definisi komunitas yang lebih terperinci mencakup sekelompok orang yang hidup dalam suatu wilayah tertentu, yang memiliki pembagian kerja yang berfungsi khusus dan saling tergantung (*interdependent*) dan memiliki sistem sosial-budaya yang mengatur kegiatan para anggota yang mempunyai kesadaran akan perasaan memiliki, serta mampu bertindak secara kolektif dengan cara yang teratur.

Namun, definisi diatas tidak digunakan secara seragam. Istilah komunitas juga dipakai untuk menyebutkan dusun dan desa kecil yang hanya memiliki sejumlah kecil rumah. Disamping itu, dapat juga dipakai untuk menyatakan hampir setiap subkultur atau

kelompok kategori, baik secara geografis maupun secara sosial, contohnya dalah komunitas *punk*.

Menurut Daldjoeni (1997: 9) Suatu komunitas memiliki ciri- ciri sebagai berikut:

a. Berisi kelompok manusia.
b. Menempati suatu wilayah geografis.
c. Mengenal pembagian kerja kedalam spesialisasi dengan fungsi-fungsi yang saling tergantung.
d. Memiliki kebudayaan dan sistem sosial bersama yang mengatur kegiatan mereka.
e. Para anggotanya sadar akan kesatuan serta kewargaan mereka dari komunitas
f. Mampu berbuat secara kolektif menurut cara tertentu.

Musik *Oi! Street Punk* di Indonesia memiliki komunitas yang cukup besar dan tersebar di berbagai kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Bali, Malang dan Surakarta. Komunitas musik *Oi! street punk* di Indonesia baik itu dari kaum *skinhead*, *punk* maupun *hardcore* kerap diasosiasikan sebagai kelompok yang sama, yaitu komunitas *punk*.

Gigs adalah hal wajib yang harus dilaksanakan sebuah komunitas musik *underground* untuk menunjukkan eksistensi dan pergerakan mereka. Terdapat keistimewaa didalam *gigs punk*, karena band-band yang ditampilkan tentunya hanya dari komunitas *punk* saja seperti *skinhead, punk* dan *hardcore*. *Gigs*

merupakan hal yang sangat penting bagi komunitas *punk* setempat pada suatu kota, mereka dapat berkumpul dan bersenang-senang bersama didalam sebuah *gigs*. Selain melihat pertunjukkan musik, disana juga mereka bisa saling bertukar informasi seputar apapun, termasuk sharing sesama *punkers*.

4. *Punk* sebagai bentuk perlawanan yang "hebat" karena menciptakan kebudayaan sendiri.

Menurut Adlin (2006: 4) Kebudayaan atau kultur adalah konsep yang sudah sangat tua. Kata *culture* menunjuk pada pengolahan tanah, perawatan, dan pengembangan tanaman atau ternak. Istilah itu selanjutnya berubah menjadi gagasan tentang keunikan dan kebiasaan suatu masyarakat.

Punk merupakan suatu subkultur yang mencakup sistem perilaku, seperangkat nilai, dan cara hidup. Menurut Rusbiantoro (2008: 107) subkultur merupakan sekelompok orang dengan perilaku dan kepercayaan berbeda yang membedakan mereka dari budaya yang lebih besar yang memisahkan mereka.

Adlin (2006: 287) berpendapat bahwa subkultur sering melakukan perlawanan budaya secara sistematis, mulai dari simbol-simbol yang diproduksi oleh pakaian, musik, dan apapun yang mempengaruhi secara visual (*visible affectations*).

Pengertian lain mengenai subkultur juga dikemukakan oleh Sue Titus Reid (2000: 122) bahwa subkultur adalah segmen yang diidentifikasi sebagai masyarakat atau kelompok yang memiliki pola perilaku tertentu, bersifat kerakyatan, dan lebih kepada kelompok terpisah dari budaya lain atau masyarakat umum.

Menurut Hebdige (2008: 107) Anggota subkultur sering menunjukkan keanggotaannya melalui penggunaan gaya yang berbeda dan simbolik. Hal ini merupakan suatu bentuk deviasi sebagai tindakan penyimpangan perilaku yang bertentangan dengan masyarakat dan digunakan sebagai perjuangan melawan budaya dominan atau kelompok dominan (orang tua, kalangan elite masyarakat, norma sosial yang ketat, negara), oleh karena itu penelitian pada subkultur *punk* harus mempelajari sibolisme yang berhubungan dengan *fashion* dan pakaian, musik, atau gaya hidup yang tampak dari anggota subkultur tersebut, dan juga simbol-simbol yang digunakan untuk menunjukkan perlawanan terhadap budaya dominan.

Punk sebagai subkultur telah membentuk bangunan budaya baru yang berbeda dengan budaya *mainstream* yang dianut oleh kaum muda sejak awal kemunculan di Inggris hingga perkembangannya sampai sekarang. Nilai-nilai yang menjadi substansi *punk* sebagai subkultur tetap diyakini oleh anggotanya. Walaupun *punk* telah berganti generasi, tetapi sebagai

sebuah subkultur nilai-nilai dan eksistensi *punk* masih dipertahankan hingga sekarang.

2.2.2 Sejarah *Punk*

Gerakan dan ideologi *punk* sangat berpengaruh pada kaum muda yang diteliti penulis dalam laporan ini. Oleh sebab itu penjelasan sedikit tentang sejarah dan pemikiran gerakan *punk* sangat diperlukan. Pada sekitar tahun 70-an, pertama kalinya musik *punk* muncul di Inggris.

Punk itu berbeda dengan genre-genre musik lain yang berada pada waktu itu. Musiknya didasarkan pada perpaduan vokal yang berteriak-teriak, dentuman drum yang gencar dengan nada guitar yang sederhana tetapi sangat cepat. Ditambah volume yang keras sekali menjadikan musik *punk* sebagai media baru bagi kaum muda untuk berekspresi. Musik *punk* memberikan pemuda di Inggris ruang sebebas-bebasnya untuk berekspresi dan menyalurkan isi hati. Akan tetapi sejak permulaannya *punk* itu tidak hanya merupakan genre saja tetapi juga merupakan sebuah subkultur yang menjadi wadah untuk mengeluarkan kekesalan dari rasa frustrasi kaum muda Inggris dengan situasi mereka pada saat itu.

Dilihat dari awal mula kemunculannya, pemberontakan adalah inti dari *punk* itu sendiri. Hal ini itu ditunjukkan secara visual (terlihat) dengan simbol-simbol anti-kemapanan seperti pakaian, penampilan dan perilaku yang 'aneh' menurut sistem logika formal di Inggris. Estetis *punk* dianggap oleh masyarakat luas sebagai sesuatu yang mengerikan. Ciri khas kaum *punk* ialah pemakaian rambut *mohawk*, yaitu gaya rambut yang biasanya terlihat bagian tengah mencuat lurus ke atas mirip bulu landak, bagian samping dicukur plontos. Tetapi *mohawk* itu hanya salah

satu gaya rambut yang sering dipakai kaum *punk*. Ada juga yang namanya *corrosion* di mana rambut diataskan dan dibentukan duri dengan pemakaian lem, maka di Indonesia gaya rambut ini sering disebut 'gaya durian'. Tak lupa cat warna-warni sering dipakai kaum *punk* untuk mewarnai rambutnya. Pakaian tipikal seorang *punk* ialah jas kulit yang ditempel *spike-spike* metal, celana jeans yang belel dan ketat, terkadang sobek-sobek dan juga emblem-emblem band favorit ditempel di berbagai bagian pakaian. Mereka menganggap pemberontakan tersebut tidak akan berhasil kalau hanya dilakukan secara visual saja, maka dari itu kaum *punk* tidak berhenti dengan musik dan *fashion* saja.

Perilaku kaum *punk* juga sangat mengejutkan untuk masyarakat luas di Inggris. Contohnya, aksi *pogo* yang menjadi pemandangan wajib setiap pentas. *Pogo* merupakan semacam tarian khas anak *punk*. Penggemar *punk* saling berdesak-desakan, bertabrakan badan bahkan sering ada orang yang *stage dive* (lompat dari atas panggung ke arah penonton) kemudian berselancar di atas para penonton, didukung tangan-tangan para penonton lain yang sedang ikut *pogo* juga. Tapi walaupun *pogo* itu mirip dengan orang yang sedang adu jotos, sebenarnya tidak ada unsur-unsur seperti itu, malahan orang-orang yang ikut *pogo* itu merasa sangat senang. Dengan filsafat 'apa adanya' yaitu pakaian, penampilan dan perilaku anak-anak *punk* di Inggris mengekspresikan frustrasi kaum muda dengan sistem yang ada di negara itu pada pertengahan tahun tujuh puluhan.

Maka dari deskripsi di atas bisa dilihat bahwa pakaian, aksesoris dan gaya rambut *punk* tidak sekedar *fashion* saja, tapi memang dipakai untuk menunjukkan misi kelompok ini. Kaum *punk* bertujuan melanggar tatakrama masyarakat Inggris dan

mengembangkan sebuah budaya pemuda yang anti kemapanan dan tidak mencocokkan dirinya dengan aspriasi masyarakat luas. Pada saat itu kamu muda di Inggris merasa sangat tertindas. Jika dilihat dari lingkungan ekonomi dan politik di Inggris pada dasawarsa tujuh puluhan, Inggris mengalami semacam krisis moneter atau resesi bagi perekonomian. Tingkat pengangguran di sana sangat tinggi dan peluang untuk mencapai kesejahteraan disana sangatlah rendah. Lagi pula Inggris masih di bawa kekuasaan sistem feodalisme dengan pemimpin negara sang Ratu Elizabeth. Sistem monarki itu ditunjang kebijakan-kebijakan perekonomian yang sangat konservatif yang dikembangkan pemerintahan Margret Thatcher. Thatcherism (sebutan untuk ideologi perekonomian Margret Thatcher) mendukung swastanisasi perusahaan negeri maupun mendorong penghancuran kekuasaan perserikatan-perserikatan pekerja, sehingga lebih cendurung menolong kelas menengah keatas daripada kaum miskin, Pada masa itu jumlah pengangguran di Inggris mencapai taraf yang sangat mengkhawatirkan dan tampaknya kaum kelas penguasa malah semakin kaya dengan semakin menurunnya taraf hidup kelas menengah ke bawah dan kelas pekerja. Ketidakpuasan dengan keadaan mereka membuat kaum *punk* memakai musik sebagai media untuk membawa keluhan terhadap sistem pemerintahan yang dianggap tidak adil dan menyampaikan kritik mereka terhadap kebudayaan kaum menengah ke atas yang demikian. Sebagai contoh *The Sex Pistols* tampil terang-terangan menghujat sang ratu dan membuka kebobrokan dari sistem Monarki dengan lagunya '*God Save the Queen'* (Tuhan Selamatkanlah Sang Ratu) yang meneriak "*Tuhan selamatkanlah sang ratu dan rezimnya yang fasis. rezim itu bikin rakyat tolol*". Contoh tersebut juga menyoroti bahwa lirik-lirik lagu dan orasi di panggung mempakan dua cara kaum

punk pada awal pergerakannya untuk mensosialisasikan misi mereka. Sejarah lahirnya budaya *punk* ketika media yang bernama musik dijadikan alat utama melakukan sebuah pemberontakan.

Sehingga jelas sudah bahwa sejak awal pergerakannya, *punk* memiliki misi dan visi untuk perubahan sosial, bahkan pepergerakan awalnya *punk* pernah didefinisikan sebagai memasukkan pesan pemberontakan ke dalam rock 'n roll untuk mengekspresikan frustrasi masing-masing buat anak jalanan. Seperti kutipan Jenna Hanna dan Adam Otto di atas, *punk* itu bertujuan mengubah cara hidup masyarakyat dengan modenya yang aneh dan teriakan-teriakan amarah *punk* bertujuan untuk mengejutkan kelas mengah ke atas masyarakat Inggris dari kehidupan seenak-enaknya.

Munculnya subkultur *punk* pada awalnya terjadi sekitar tahun 1970-an di London, Inggris yang diakibatkan oleh para pemuda London yang menderita akibat tingginya angka pengangguran dan status dari kubu kelas sosial. Dalam kelanjutannya, situasi yang diibaratkan seperti "tidak ada masa depan" memunculkan pergerakan *punk* dengan kekuatan tersendiri. Mereka melawan dengan keadaan musik yang liar dan busana anti kemapanan dengan tata rambut aneh dan aksesoris dari barang-barang murahan. Pergerakan ini dengan cepat dan terang-terangan mempengaruhi hati pemuda kelas bawah di London.

Kennedy (2009: 134) mengemukakan bahwa " *Punk* merupakan subkultur yang lahir di London. Gerakan anak muda yang diawali oleh anak-anak kelas pekerja ini dengan segera merambah Amerika yang mengalami masalah ekonomi dan keuangan yang dipicu oleh kemerosotan moral oleh para tokoh

politik yang memicu tingkat pengangguran dan kriminalitas yang tinggi. *Punk* berusaha menyindir para penguasa dengan cara sendiri, melalui lagu-lagu dengan musik dan lirik yang sederhana, namun terkadang kasar, *beat* yang cepat dan menghentak". Menurut Brake (*Dalam* Barker, 2009:343) ada lima fungsi yang bisa di mainkan subkultur bagi para anggotanya yaitu menyediakan suatu solusi atas berbagai masalah sosio ekonomi dan struktural; menawarkan suatu bentuk identitas kolektif yang berbeda dari yang ada di sekolah dan lingkungan kerja; memperoleh suatu ruang bagi pengalaman dan gambaran alternatif realitas sosial; menyediakan berebagai aktifitas hiburan bermakna yang bertentangan dengan di sekolah dan tempat kerja; dan melengkapi solusi terhadap masalah dilema eksistensial identitas. Bagi kaum punk, budaya kapitalis mereka anggap sebagai budaya penjajah, untuk itu mereka mempertahankan dan menolak aspek-aspek tertentu dari budaya penjajah, sehingga kita bisa melihat komunitas punk merupakan subaltern yang menciptakan budaya *hybrid* kewirausahaan (Bhabha, 1990: 194)

Kennedy (2009: 135) berpendapat bahwa pada awal kelahirannya, *punk* memang teridentifikasi sebagai pemberontakan. Pemberontakan *punk* dinyatakan dengan pemberontakan semiotik yang diaplikasikan pada *fashion* dan musik. Namun, pemberontakan tersebut pula yang dijual oleh industri dan dijadikan sebagai sumber profit yang dapat diekspoitasi. Hal ini ditandai dengan bergabungnya *Sex Pistols* dengan industri musik *mainstream* EMI. Kemudian pasar industri musik dipenuhi dengan band-band kloning mereka yang mengubah subkultur *punk* menjadi sesuatu yang mapan. Pemberontakan dapat dibeli. Akhir dari era *Sex Pistols* ini merupakan titik balik sejarah perkembangan *punk*.

Ketika *punk* menjadi komoditas pasar yang dapat dieksploitasi, individu yang terlibat dalam subkultur ini mengasingkan diri. *Punk* berpindah ke bawah tanah, tetap eksis tetapi tidak terliput oleh media. Justru setelah era *Sex Pistols* tersebut, *punk* berkembang dengan pesat melalui jaringan independen (Kennedy, 2009: 135).

Punk generasi kedua ini memfokuskan pada isu-isu dan aktifitas independen yang lebih politis daripada generasi *Sex Pistols* seperti isu feminisme, gender, pemberdayaan komunitas, independensi, rasisme, fasisme, isu anti perang dan lain-lain. Semua ini merupakan isu komunal yang beredar diantara komunitas *punk* itu sendiri dalam rangka melawan informasi dari arus budaya utama atau dominan.

Masuknya *punk* ke Indonesia tidak lepas dari pemberitaan media masa. Di Indonesia, kultur *punk* dikenal pertama kali sebagai bentuk musikal dan *fashion*. *Punk* tidak hadir sebagai respon keterasingan dalam masyarakat modern, melainkan dari sebuah kerinduan akan sebuah representasi baru saat tak ada hal lama yang dapat mempresentasikan diri remaja lagi. Tidak heran apabila hal-hal yang substansial baru muncul bertahun-tahun setelah *punk* dikenal secara musikal dan *fashion* statement.

2.2.3 Ideologi *Punk*

Menurut Rusbiantoro (2008: 105) Ideologi sesungguhnya adalah sistem pemikiran, sistem kepercayaan, atau sistem simbolik yang menyinggung mengenai aksi sosial atau politik praktis." Pengertian lain mengenai ideologi adalah kesadaran palsu yang merupakan hasil dari pertarungan ideologi dominan oleh mereka yang mempunyai kepentingan yang tidak terefleksikan.

Adapun fungsi ideologi adalah seperti yang dikemukakan Althusser (2008: 106) Fungsi Ideologi adalah untuk membentuk individu-individu sebagai subjek dimana subjek dibentuk sebagai efek dari struktur yang telah diberikan. Adapun ideologi yang di anut oleh kaum *punk* antara lain.

a. DIY (*Do it Yourself*)

Ideologi yang mendasari semua aktivitas dan usaha *punk* dalam menjalankan komunitas adalah *Do It Yourself* yang selanjutnya kita kenal dengan DIY. Secara sempit DIY dapat diartikan segala sesuatu harus dilakukan sendiri atau mandiri, Maksud dari segala sesuatu harus dilakukan sendiri bukan berarti dilakukan tanpa bantuan orang lain, tapi dilakukan tanpa bekerja sama dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan kapitalis. Subkultur *punk* yang termasuk dalam gerakan *underground* memaknai DIY bukan hanya sebuah mekanisme produksi dan distribusi produk kultur *punk*, tetapi lebih dari itu DIY merupakan pedoman bagi kaum *punk* dalam setiap aktivitas.

Kaum *punk* mempunyai semboyan DIY atau semuanya diciptakan sendiri mulai dari baju sampai majalah dan bukan produksi industri yang dikomersilkan secara luas demi mencari keuntungan semata. Usaha ini berkembang menjadi semacam toko kecil yang lazim disebut *distro*. CD dan kaset tidak lagi menjadi satu-satunya barang dagangan. Mereka juga memproduksi dan mendistribusikan pakaian yang bergambarkan band-band *punk* dan tulisan yang bertemakan kritik sosial, aksesoris, emblem, buku, majalah,

poster, serta jasa tindik piercing dan tato. Seluruh produk dijual terbata dan dengan harga yang amat terjangkau. Dalam kerangka filosifi *punk* distro adalah implementasi perlawanan terhadap prilaku konsumtif anak muda pemuja barang bermerk luar negeri atau produk yang diciptakan kapitalis.

Etika DIY yang menjadi motivasi kaum *punk* tidak bisa diterapkan di semua bidang. Di beberapa hal seperti pekerjaan, mereka juga bekerja untuk orang lain demi tuntutan kehidupan yang semakin menjepit. Idealisme *punk* dijalani berdasarkan ketetapan hati individu masing-masing. *Punk* tidak hanya mengenai *fashion*, style, musik ataupun kekerasan. Namun lebih kepada sikap pembebasan diri dari segala sesuatu yang membelenggu kehidupan.

Dari uraian diatas dapat dismpulkan bahwa etika DIY adalah semangat yang melandasi semua usaha dan aktivitas *punk* dalam komunitas yang berarti bahwa segala sesuatu bergantung pada usaha dan kerja keras diri sendiri, menolak bekerja sama dengan hal yang bersifat kapitalis, berusaha melawan budaya arus utama dalam membangun komunitas. Etika DIY merupakan sebuah jalan alternatif bagi kaum *punk* dalam menjalanankan kegiatan untuk tetap menolak budaya dominan atau budaya konsumerisme.

b. Anarkisme

Istilah "*anarkhis*" atau "*anarkhisme*" dalam bahasa Inggris disebut *anarchy*, berasal dari bahasa Yunani "*anarchos*" atau "*anarchein*". *Anarchos* atau *anarchein* bermakna tanpa pemerintahan atau pengelolaan dan

koordinasi tanpa hubungan memerintah dan diperintah, menguasai dan dikuasai, mengepalai dan dikepalai, mengendalikan dan dikendalikan dan lain sebagainya. Dapat dikatakan *anarkhisme* adalah suatu paham atau ideologi yang mempercayai bahwa segala macam bentuk negara, pemerintahan dan kekuasaannya merupakan lembanga-lembaga dan alat untuk melakukan penindasan terhadap kehidupan. Oleh sebab itu para *anarkhis* menginginkan negara, pemerintahanm beserta perangkatnya harus dihilangkan atau dihancurkan.

Perbedaan persepsi antara masyarakat umum dengan kaum *punk* mengenai makna *anarkhis* yang sebenarnya, seringkali disalahgunakan oleh pemerintah untuk menuding bahwa perilaku anarkis adalah perilaku yang cenderung mengarah pada kericuhan atau kekacauan yang biasa disebut *chaos*.

Hampir semua perilaku yang ditunjukkan oleh kaum *punk* selalu dikatakan sebagai perilaku *anarkhis*. Makna *anarkhis* yang selama ini dipahami oleh masyarakat Indonesia, kenyataannya sangat berbeda dengan makna *anarkhis* yang dianut oleh kaum *punk*. Hampir semua *punk* percaya akan prinsip *anarkhisme* untuk tidak sama sekali menggunakan pemerintahan resmi atau pengatur serta menghargai kebebasan dan tanggung jawab masing-masing individu.

Keterlibatan kaum *punk* dalam ideologi anarkisme akhirnya memberikan warna baru dalam ideologi anarkisme itu sendiri, sebab kaum *punk* yang mengusung anarkisme

sebagai ideologi dinamakan sebagai gerakan *Anarcho-punk*. Kaum anarkisme dalam pergerakan menggunakan simbol yang terdiri dari huruf "A" kapital didalam sebuah lingkaran. Kata anarki atau anarkisme dihampir seluruh bahasa dimulai dengan huruf "A". Hal ini membuat simbol itu dapat diterima di semua negara. Lingkaran tersebut melambangkan persatuan. Dengan disatukannya lingkaran dengan huruf "A", simbol tersebut melambangkan kekuatan.

Simbol anarkhi juga digunakan oleh pergerakan *Anarcho-punk* yang merupakan salah satu bagian dari pergerakan aliran *punk* pada akhir tahun 1970-an. Pergerakan *anarcho-punk* secara tidak langsung menggunakan lingkaran "A" yang tidak rapi dan lebih artistik. Simbol ini merupakan hasil dari pergerakan DIY yang menjadi semangat dari komunitas *punk*.

Punk terlibat dalam berbagai gerakan yang mendukung hak perempuan, kelas pekerja serta membenci masyarakat kapitalis dan komunis. Gerakan *punk* berasal dari negara yang memiliki kebijakan-kebijakan dengan sistem kapitalisme. Sistem kapitalisme telah menimbulkan kemiskinan serta eksploitasi terhadap rakyat, namun tidak dapat dipungkiri juga bahwa kapitalisme telah membuat sebagian orang dapat merasakan kemewahan hidup dari hasil eksploitasi mereka terhadap kelas pekerja.

Kaum *punk* memakna anarkisme tidak hanya sebatas pengertian politik saja, melainkan lebih luas dari itu. Dalam keseharian hidup, anarkisme berarti tanpa aliran pengekang, baik dari masyarakat maupun perusahaan rekaman, karena

mereka bisa menciptakan aturan hidup dan perusahaan rekaman sendiri sesuai keinginan mereka.

2.3 Ekonomi

2.3.1 Pengertian Ekonomi

Istilah ekonomi berasal dari bahasa Yunani asal kata *oikosnamos* atau *oikonomia* yang artinya manajemen urusan rumah-tangga, khususnya penyediaan dan administrasi pendapatan. (Sastradipoera, 2001: 4). Namun sejak perolehan maupun penggunaan kekayaan sumberdaya secara fundamental perlu diadakan efesiensi termasuk pekerja dan produksinya, maka dalam bahasa modern istilah ekonomi tersebut menunjuk terhadap prinsip usaha maupun metode untuk mencapai tujuan dengan alat-alat sesedikit mungkin.

Menurut Albert L. Meyers (Abdullah, 1992: 5) ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempersoalkan kebutuhan dan pemuasan kebutuhan manusia. Berkaitan dengan definisi tersebut adalah tentang kebutuhan yaitu suatu keperluan manusia terhadap barang-barang dan jasa-jasa yang sifat dan jenisnya sangat bermacam-macam dalam jumlah yang tidak terbatas. Yang kedua adalah tentang pemuas kebutuhan yang memiliki ciri-ciri keterbatasan. Aspek yang kedua inilah menurut Lipsey (1981: 5) yang menimbulkan masalah dalam ekonomi, yaitu adanya suatu kesenjangan, karena kebutuhan manusia terhadap barang dan jasa jumlahnya tak terbatas, sedangkan di lain pihak barang-barang dan jasa-jasa sebagai alat pemuas kebutuhan sifatnya langka ataupun terbatas.

Itulah sebabnya maka manusia di dalam hidupnya selalu berhadapan dengan kekecewaan maupun ketidakpastian. Definisi ini nampaknya begitu luas sehingga kita sulit memahami secara spesifik. Ahli ekonomi lainnya yaitu J.L. Meij (Abdullah, 1992: 6) mengemukakan bahwa ilmu ekonomi adalah ilmu tentang usaha manusia ke arah kemakmuran. Pendapat tersebut sangat realistis, karena ditinjau dari aspek ekonomi di mana manusia sebagai mahluk ekonomi (*Homo Economicus*) pada hakekatnya mengarah kepada pencapaian kemakmuran. Kemakmuran menjadi tujuan sentral dalam kehidupan manusia secara ekonomi, sesuai yang dituliskan pelopor liberalisme ekonomi yaitu Adam Smith dalam buku "*An Inquiry into the Nature and Cause of the Wealth of Nations*" pada tahun 1976. Namun hal itu bergantung dari bagaimana cara manusia itu berusaha untuk mencapai kemakmurannya.

Samuelson dan Nordhaus (1990: 5) mengemukakan bahwa ilmu ekonomi merupakan studi tentang perilaku orang dan masyarakat dalam memilih cara untuk menggunakan sumber daya yang langka dan memiliki beberapa alternatif dalam penggunaannya dengan tujuan memproduksi berbagai komoditi untuk kemudian menyalurkannya baik pada saat ini maupun di masa yang akan datang kepada berbagai individu dan kelompok yang ada dalam suatu masyarakat. Menurut Samuelson bahwa ilmu ekonomi itu merupakan ilmu pilihan. Ilmu yang mempelajari bagaimana orang memilih penggunaan sumber-sumber daya produksi yang langka atau terbatas untuk memproduksi berbagai komoditi, dan menyalurkannya ke berbagai anggota masyarakat untuk segera dikonsumsi.

Jika disimpulkan dari tiga pendapat di atas, bahwa pada hakikatnya ilmu ekonomi itu merupakan usaha manusia untuk memenuhi kebutuhannya dalam mencapai kemakmuran yang diharapkan dengan memilih penggunaan sumber daya produksi yang sifatnya langka/terbatas. Dengan kata lain bahwa ilmu ekonomi itu merupakan suatu disiplin tentang aspek-aspek ekonomi dan tingkah laku manusia.

2.3.2 Ekonomi Kreatif

Istilah Ekonomi Kreatif pertama kali didengungkan oleh tokoh bernama John Howkins (2002), penulis buku "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*". Dia adalah seorang yang multiprofesi. Selain sebagai pembuat film dari Inggris, ia juga aktif menyuarakan ekonomi kreatif kepada pemerintah Inggris sehingga dia banyak terlibat dalam diskusi-diskusi pembentukan kebijakan ekonomi kreatif di kalangan pemerintahan negara-negara Eropa. Menurut definisi Howkins, Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah Gagasan, hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang sangat layak.

Dr. Richard Florida (2003) dalam bukunya "*The Rise of Creative Class*" dan "*Cities and the Creative Class*", menyuarakan tentang industri kreatif dan kelas kreatif di masyarakat (*Creative Class*). Florida menyatakan bahwa seluruh umat manusia adalah kreatif, apakah ia seorang pekerja di pabrik kaca mata atau seorang remaja di gang senggol yang sedang membuat musik hip-hop. Namun perbedaanya adalah pada statusnya (kelasnya), karena ada individu-individu yang secara khusus bergelut di bidang kreatif (dan mendapat manfaat ekonomi secara langsung dari aktivitas

tersebut). Tempat-tempat dan kota-kota yang mampu menciptakan produk-produk baru yang inovatif dan tercepat akan menjadi pemenang kompetisi di era ekonomi ini.

Definisi Ekonomi Kreatif Beberapa definisi dan batasan industri kratif menurut para ahli :

a. Menurut Departemen Perdagangan RI (2009:5)

Industri kreatif adalah industri yang berasala dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

b. Menurut Simatupang (2007)

Industri kreatif yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.

c. Menurut UK DCMS Task Force (1998:4)

Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari kreativitas individu, ketrampilan, dan bakat yang secara potensial menciptakan kekayaan, dan lapangan pekerjaan melalui eksploitasi dan pembangkitan kekayaan intelektual dan daya cipta individu.

d. Menurut UNCTAD dan UNDP dalam Creative Economy Report (2008:4)

Industri kreatif dapat didefinisikan sebagai siklus kreasi, produksi, serta distribusi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai input utama. Industri kreatif terdiri dari seperangkat pengetahuan berbasis aktivitas yang menghasilkan barang-barang riil dan intelektual nonriil atau jasa-jasa artistik yang memiliki kandungan kreatif tersusun dari suatu bidang yang heterogen yang saling mempengaruhi dari kegiatan-kegiatan kreatif yang bervariasi, yang tersusun dari seni dan kerajinan tradisional, penerbitan, musik, visual dan pembentukan seni sampai dengan penggunaan teknologi yang intensif dan jasa-jasa yang berbasis kelompok, seperti fil, televisi, dan siaran radio, serta media baru dan desain.

2.3.3 Kewirausahaan

Kewirausahaan yang pada awalnya disebut kewiraswastaan biasa disebut juga *entrepreneurshi*p. *Entrepreneur* berasal dari bahasa Perancis yaitu *entreprendre* yang artinya memulai atau melaksanakan. Wiraswasta/wirausaha berasal dari kata *wira* yang bermakna utama, gagah berani, luhur. Sedangkan *swa* sendiri bermakna berdiri, usaha, dan kegiatan produktif. Calas et al (2009: 553) mengatakan bahwa jika dilihat dari perspektif tradisional, kewirausahaan bertujuan untuk mereproduksi kapitalisme ekonomi pasar tertentu dan menganggap itu akan menguntungkan bagi semua. Relatif sedikit perhatian yang telah dibayarkan kepada visi alternatif dan kegiatan kewirausahaan itu sendiri dengan

pengecualian dari perusahaan sosial, terlepas dari tuntutan yang berkembang untuk pekerjaan tersebut (Rindova et al, 2009: 478).

Wiraswasta pada mulanya ditujukan pada orang-orang yang dapat berdiri sendiri. Di Indonesia kata wiraswasta sering diartikan sebagai orang-orang yang tidak bekerja pada sektor pemerintah yaitu para pedagang, pengusaha, dan orang-orang yang bekerja di perusahaan swasta, sedangkan wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai usaha sendiri.

Wirausahawan adalah orang yang berani membuka kegiatan produktif yang mandiri. Menurut Hisrich et al. (2008:10) mendifinisikan kewirausahaan sebagai proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, sertra kepuasan dan kebebasan pribadi.

Wirausaha usaha merupakan pengambilan risiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangantantangan persaingan (Nasrullah Yusuf, 2006). Ciri-ciri dari kewirausahaan adalah;

1. Pengambilan resiko
2. Menjalankan usaha sendiri
3. Memanfaatkan peluang-peluang
4. Menciptakan usaha baru
5. Pendekatan yang inovatif
6. Mandiri (tidak bergatung pada bantuan pemerintah)

2.3.4 Proses Pemasaran

Menurut Kotler (2002 : 9) pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan meurut Stanton (2001) definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan batang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Komunikasi pemasaran dinyatakan sebagai kegiatan komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada konsumen dan pelanggan dengan menggunakan sejumlah media dan berbagai saluran yang dapat dipergunakan dengan harapan terjadinya tiga tahapan perubahan, yaitu perubahan pengetahuan, perubahan sikap, perubahan kehendak yang hendak dikehendaki. Adapun jenis media yang dapat digunakan seperti folder atau brosur, poster, pamflet, banner, stiker, televisi, radio, majalah, dan surat kabar (Soemanagara, 2006:4).

Segmentasi menurut Dolnicar menyatakan bahwa segmentasi dapat dilakukan dengan berbagai cara mulai dari geografis, demografis hingga psikografis dan perilaku (Hermawan, 2012:32). *Marketing mix* merupakan strategi yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk menarik konsumen guna melakukan pembelian terhadap produk, baik dengan menentukan segmentasi penjualan yang menghasilkan kepuasan terhadap pelayanan produk (Hermawan, 2012 : 35).

a. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen dan pelanggan baik berupa barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen sehingga menghasilkan tingkat keuntungan bagi perusahaan (Hermawan, 2012 : 34)

b. Harga

Harga merupakan strategi yang ditawarkan oleh perusahaan untuk menetapkan harga dari produk dengan cara menganalisa keunggulan dan kekurangan dari produk yang dimiliki sehingga membutuhkan strategi pemasaran yang matang agar perusahaan tidak mengalami kerugian (Hermawan, 2012 : 37)

c. Promosi

Promosi merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara menganalisis keunggulan produk, modal dan segmentasi pasar yang dibidik untuk menarik konsumen guna melakukan kegiatan pembelian (Hermawan, 2012:38)

d. Distribusi

Distribusi merupakan bagian yang paling penting didalam strategi pemasaran, karena dengan memilih strategi yang tepat akan membantu produk sampai kepada konsumen sesuai dengan harga yang telah ditentukan perusahaan dengan cara memperhatikan saluran distribusi (Hermawan, 2012 : 38)

Strategi komunikasi pemasaran menurut Shimp mengatakan bahwa proses pengembangan dan perencanaan berbagai bentuk program komunikasi persuasif kepada pelanggan dan calon pelanggan secara berkelanjutan dengan tujuan untuk mempengaruhi prilaku khalayak sasaran yang dimilikinya dengan menggunakan berbagai macam saluran seperti yang terdapat dalam bauran promosi yakni publisitas, periklanan, pemasaran, sponsorship, pemasaran langsung, penjualan personal dan promosi penjualan (Hermawan, 2012 : 53)

Promosi bersifat personal dianggap responsif terhadap perilaku *audiens*. Penjualan personal mampu membina relasi antara perusahaan dengan konsumen. William G. Nickles mengungkapkan bahwa *personal selling* didefinisikan sebagai interaksi antar individu, saling bertemu muka yang dirujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.(Dalam Basu Swastha, 2000:260). Dalam pratiknya *personal selling* lebih fleksibel dibandingkan dengan sarana promosi lainnya, karena tenaga penjual dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen, sehingga secara langsung dapat melakukan penyesuaian. Tetapi di lain pihak personal selling membutuhkan biaya yang sangat besar jika penggunaanya sangat luas, di samping sulit memperoleh tenaga penjual yang benar-benar berkualitas. Kegiatan personal selling meliputi :

a. *Door to door*.

   Kegiatan personal *selling* dengan menjual langsung dari rumah ke rumah, dimana seorang penjual dari sebuah

perusahaan menawarkan produknya langsung menemui konsumen.

b. Mail Order

Kegiatan personal selling dengan pesan melalui *surat menyurat*, dimana seorang penjual dari sebuah perusahaan menjual produk melalui pesan surat menyurat.

c. Telephone Selling

Kegiatan personal selling dengan langsung melalui telepon, dimana seorang penjual dari sebuah perusahaan menjual produknya melalui telepon.

d. Direct Selling

Kegiatan personal *selling* dengan melakukan penjualan langsung dengan face to face, dimana seorang penjual dari sebuah perusahaan langsung menemui konsumen untuk menawarkan produknya.

Bauran promosi (*promotion mix*) merupakan kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat-alat promosi yang lain, yang mana semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan (Swastha, 1990 : 349). Promosi menurut Nickels (1994:19) bauran promosi terbagi menjadi 4 saluran yakni publisitas, periklanan, pemasaran, sponsorship, dan pemasaran langsung (Hermawan, 2012 : 54).

a. Publisitas

Publisitas merupakan menyebarluaskan informasi melalui media tentang aktifitas atau kegiatan perusahaan yang pantas dan layak untuk diketahui oleh

publik diantaranya terdapat siaran *pers conference*, hubungan dengan komunitas, iklan diradio, media sosial seperti facebook, youtube, twitter, e-mail, website (Hermawan, 2012:85).

b. Iklan

Iklan menurut soemanagara, menyatakan bahwa iklan merupakan media yang digunakan untuk meraih konsumen yang menjadi target market melalui media-media dan pesan yang disampaikan denganmenggunakan dukungan media seperti email,website, brosur, srtiker, pamplet, surat kabar (Hermawan, 2012:85).

c. Pemasaran *Sponsorship*

Pemasaran *Sponsorship* merupakan aplikasi dalam mempromosikan perusahaan dan merek mereka dengan mengasosiasikan perusahaan atau salah satu dari merek dengan kegiatan tertentu atau melalui kegiatan sosial (Shimp, 2006:6).

d. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung merupakan gambaran suatu hubungan yang sangat dekat dengan target market dan memungkinkan proses komunikasi dua arah terjadi. Komunikasi yang dilakukan secara langsung ditujukan untuk memperoleh respon atau transaksi yang terjadi secara dalam waktu yang singkat. Sehingga dapat membentuk sikap yang kuat, karena mereka lebih familiar dengan satu kelompok kecil yang memiliki gaya hidup modern dan canggih serta mereka mengunjungi

tempat-tempat tertentu dan acara-acara sosial tertentu (Soemanagara, 2006:37).

2.4 Perilaku Kolektif

2.4.1 Pengertian Perilaku Kolektif

Pada umumnya masyarakat cenderung berperilaku menggunakan pedoman pada institusi yang ada di masyarakat. Perilaku di pasar dipengaruhi oleh institusi ekonomi, perilaku di tempat ibadah dipengaruhi oleh institusi bidang agama, perilaku di forum dipengaruhi oleh organisasi politik myang mengacu pada institusi bidang politik. Walaupun demikian, kadang kala sejumlah masyarakat secara berkelompok menampilkan perilaku yang tidak berpedoman pada institusi yang ada. Misalnya pada tahun 1992 sejumlah penganut agama Hindhu di Kota Ayodhya India berbondong-bondong menuju mesjid yang telah berusia beberapa abad dan menghancurkannya sehingga penganut agama Islam di beberapa kota lain di India melakukan tindakan balasan berupa pengrusakan tempat ibadah agama Hindu.

Dalam ilmu sosiologi, tidakan berkelompok yang tidak berpedoman pada institusi yang terdapat dalam masyarakat disebut dengan perilaku kolektif. Horton dan Hunt (1984) berpendapat bahwa perilaku kolektif ialah mobilisasi berlandaskan pandangan yang mendefinisikan kembali tindakan sosial. Sedangkan menurut Milgran dan Touch (1977) ialah suatu perilaku yang lahir secara spontan, relatif, tidak terorganisasi serta hampir tidak bisa diduga sebelumnya, proses kelanjutannya tidak terencana dan hanya tergantung pada stimulasi timbal balik yang muncul dikalangan para pelakunya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku kolektif merupakan perilaku yang dilakukan bersama oleh sejumlah

orang, tidak bersifat rutin dan merupakan tanggapan terhadap rangsangan tertentu.

Menurut Smelser (1968) perilaku kolektif ditentukan oleh enam faktor yang berlangsung secara beruntun. Masing-masing dari ke enam faktor tersebut memberikan nilai tambah pada faktor yang mendahuluinya sehingga peluang terjadinya perilaku kolektif semakin besar. Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku kolektif yaitu:

1. *Structural Conduciveness* (struktur situasi sosial yang kondusif).

   Sebagian faktor ini merupakan kekuatan alam yang berada di luar kekuasaan manusia, namun sebagian merupakan faktor yang terkait dengan ada tidaknya pengaturan melalui institusi sosial.

2. *Structural Strain* (ketegangan struktural).

   Semakin besar ketegangan struktural, semakin besar pula peluang terjadinya perilaku kolektif. Kesenjangan dan ketidakserasian antar kelompok sosial, etnik, agama dan ekonomi yang bermukim berdekatan, misalnya, membuka peluang bagi terjadinya berbagai bentuk ketegangan.

3. *Growth and Spread of a Generalized Belief* (berkembang dan menyebarnya suatu kepercayaan umum).

   Dalam masyarakat sering beredar berbagai desas-desus yang dengan sangat mudah dipercaya kebenarannya dan kemudian disebarluaskan sehingga dalam situasi rancu

suatu desas-desus berkembang menjadi suatu pengetahuan umum yang dipercaya dan diyakini kebenarannya oleh khalayak.

4. *Precipitating Factors* (faktor yang mendahului).

Faktor ini merupakan penunjang kecurigaan dan kecemasan yang dikandung masyarakat. Yakni desas-desus dan isu yang berkembang dan dipercayai khalayak memperoleh dukungan dan penegasan. Devaluasi mata uang yang diisukan ternyata benar-benar terwujud, bank yang diisukan tidak sehat ternyata benar-benar dilikuidasi, kenaikan harga bahan pokok atau bahan bakar dan minyak yang semula hanya desas-desus kemudian benar-benar dilaksanakan dan atau isu mengenai penganiayaan dan pembunuhan ternyata dibenarkan.

5. Mobilisasi para peserta untuk melakukan tindakan.

Perilaku kolektif terwujud ketika khalayak dimobilisasikan oleh pimpinannya untuk bertindak, baik untuk bergerak menjauhi suatu situasi berbahaya ataupun untuk mendekati orang atau benda yang mereka anggap sebagai sasaran tindakan.

6. *The Operation of Social Control* (berlangsungnya pengendalian sosial).

Faktor ini merupakan kekuatan yang menurut Smelser justru dapat menghambat, mencegah, mengganggu ataupun menggagalkan akumulasi kelima faktor penentu sebelumnya. Meskipun khalayak berada dalam situasi yang memudahkan perilaku kolektif, sedang mengalami

ketegangan struktural karena adanya berbagai kesenjangan, telah meyakini kebenaran desas-desus yang beredar, telah didorong oleh faktor pemicu yang menunjang mereka dan telah dimobilisasi untuk melakukan perilaku kolektif, namun kehadiran suatu faktor pengendalian sosial seperti kehadiran aparat keamanan dalam jumlah besar atau kehadiran tokoh masyarakat yang disegani dapat menghambat atau bahkan menggagalkan perilaku kolektif yang akan dilaksanakan.

2.4.2 Perilaku Kerumunan

Suatu konsep yang penting dipahami dalam kaitannya dengan perilaku kolektif adalah konsep kerumunan (*crowd*), karena perilaku kolektif melibatkan sejumlah orang yang berkerumun. Menurut Light et al. (1989), kerumunan dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

a. Kerumunan Sambil Lalu (*Casual Crowd*)
   Kerumunan sambil lalu adalah kerumunan yang anggotanya memberikan perhatian secara sambil lalu pada satu sasaran tertentu dan interaksi di antara para anggotanya sangat terbatas.

b. Kerumunan Konvensional (*Conventional Crowd*)
   Jenis kerumunan ini dalah kerumunan yang anggotanya terdiri atas orang-orang yang berada di suatu tempat untuk suatu tujuan yang sesuai dengan aturan yang berlaku.

c. Kerumunan Ekspresif (*Ekspresif Crowd*)

Kerumunan ekspresif adalah kerumunan konvensional yang kemudian para anggotanya mengungkapkan perasaan mereka secara meluap-luap dan menampilkan perilaku yang biasanya tidak mereka tampilkan di tempat lain.

d. Kerumunan Bertindak (*Action Crowd*)

Kerumunan yang bertindak adalah sekumpulan orang yang memusatkan perhatian pada suatu hal yang merangsang kemarahan mereka.

2.4.3 Faktor Penyebab Perilaku Kerumunan

Menurut Le Bon (1966) kerumunan hanya ampuh dalam melakukan penghancuran, memerintah secara biadab dan tidak mampu mewujudkan peradaban yang ditandai oleh aturan, disiplin, peralihan dari naluri ke rasio, pandangan ke masa depan, kebudayaan bertingkat tinggi. Le Bon juga menyebutkan sejumlah faktor yang menurutnya menjadi penyebab terjadinya kerumunan, yaitu

a. Anonimitas.

Karena faktor kebersamaan dengan berkumpulnya individu-individu yang semula dapat mengendalikan diri, merasa dapat kekuatan luar biasa yang mendorongnya untuk tunduk pada dorongan naluri dan terlebur dalam kerumunan sehingga perasaan menyatu dan tidak dikenal mampu melakukan hal hal yang tidak bertanggung jawab. Semakin tinggi kadar anonimitas suatu kerumunan, semakin besar pula kemungkinannya untuk menimbulkan tindakan ekstrim karena anonimitas mengikis rasa individualitas para anggota kerumunan itu.

b. *Contagion* (penularan).

Penularan Sosial (*social contagion*), adalah penyebaran suasana hati, perasaan atau suatu sikap, yang tidak rasional, tanpa disadari dan secara relatif berlangsung cepat. Penularan ini oleh Le Bon dapat dianggap suatu gejala hipnotis. Individu yang telah tertular oleh perasaan dan tindakan orang lain sudah tidak memikirkan kepentingan individu melainkan kepentingan bersama.

c. *Konvergensi* (keterpaduan).

Orang-orang yang akan menonton festival musik pop, dengan orang-orang yang menonton festival musik rock akan memiliki kecenderungan ciri-ciri yang berbeda. Orang-orang yang menonton festival musik rock cenderung akan lebih mudah menimbulkan keributan dibanding dengan orang-orang yang menonton festival musik pop. Orang-orang yang menonton festival musik rock relatif usianya sama-sama muda, mayoritas laki-laki dan tidak memiliki ikatan kuat terhadap nilai-nilai dan lingkungan setempat, berbeda dengan orang-orang yang menonton festival musik pop.

d. *Suggestibility* (mudahnya dipengaruhi).

Kerumunan biasanya tidak berstruktur, tidak dikenal adanya pemimpin yang mapan atau pola perilaku yang dapat dipanuti oleh para anggota kerumunan itu sehingga dalam suasana seperti itu, orang berperilaku tidak kritis dan menerima saran begitu saja, terutama jika saran itu meyakinkan dan bersifat otoritatif. Akan tetapi siapa induk atau yang memulai sulit ditentukan .

Teori Pembatas Perilaku Kerumunan Horton dan Hunt (1999), menjelaskan bahwa perilaku kerumunan, betapa pun irasional dan bebasnya, tetap dibatasi oleh empat faktor:

1. Kebutuhan, emosi para anggota,
2. Nilai-nilai para anggota
3. Kepeminpinan kerumunan
4. Kontrol eksternal terhadap kerumunan.

Kebutuhan dan nilai para anggota biasanya dipengaruhi keadaan sekitar. Posisi kepemimpin terbuka begitu saja, siapa saja dapat menjadi pemimpin hanya dengan menyerukan komando atau menyampaikan saran karena tidak adanya struktur dan pemimpin yang ditunjuk, apalagi biasanya anggota kerumunan merasa cemas dan tidak pasti lalu ingin diarahkan dan kontrol eksternal adalah metoda mengatasi kerumunan yang biasanya dilaksanakan oleh aparat keamanan.

2.4.4. Pengertian Komunitas

Kata *community* menurut Syahyuti adalah berasal dari bahasa Latin, yaitu "*Cum*" yang mengandung arti *together* (kebersamaan) dan "*Munus*", yang memiliki makna *the gift* (memberi) antara satu sama lain. Maka dapat diartikan bahwa komunitas adalah sekelompok orang yang berbagi dan mendukung antara satu sama lain. Irianta (2004:22) mendefinisikan makna komunitas adalah sekumpulan individu yang mendiami lokasi tertentu dan biasanya terkait dengan kepentingan yang sama. Sedangkan menurut Wenger (2004:4) komunitas itu adalah sekumpulan orang yang saling berbagi masalah, perhatian atau

kegemaran terhadap suatu topik dan memperdalam pengetahuan serta keahlian mereka dengan saling berinteraksi secar terus-menerus. Selain itu pengertian komunitas ada yang mengacu pada orang yang berdasarkan nilai-nilai dan kepentingan bersama yang khusus, seperti para penyandang cacat dan imigran. Dan secara khusus menunjuk pada suatu kategori manusia yang berhubungan satu sama lain karena didasarkan pada lokasi tertentu yang sama karena kesamaan lokalitas itu secara tidak langsung membuat mereka mengacu pada kepentingan dan nilai-nilai yang sama.

Komunitas memilik banyak makna. Komunitas dapat dimaknai sebagai sebuah kelompok dari suatu masyarakat atau sebagai kelompok orang yang hidup di suatu area khusus yang memilik karakteristik budaya yang sama. Apapun definisinya, komunitas harus memiliki sifat interaksi. Interaksi yang ditekan lebih kepada interaksi informal dan spontan daripada interaksi formal, serta memiliki orientasi yang jelas. Ciri utama dari sebuah komunitas adalah adanya keharmonisan, egalitarian serta sikap saling berbagi nilai dan kehidupan.

Menurut Etienne Wenger (2004:24), komunitas mempunyai berbagai macam bentuk dan karakteristik, diantaranya;

1. Besar atau kecil

   Keanggotaan di beberapa komunitas ada yang hanya terdiri dari beberapa anggota saja dan ada yang mencapai ribuan anggota. Besar atau kecilnya anggota tidak menjadi masalah, meskipun demikian komunitas yang memiliki banyak anggota biasanya dibagi menjadi sub divisi berdasarkan wilayah sub tertentu.

2. Terpusat atau tersebar

   Sebagian besar suatu komunitas berawal dari sekelompok orang yang bekerja ditempat yang sama atau memiliki tempat tinggal yang berdekatan. Sesama anggota komunitas saling berinteraksi secara tetap serta ada beberapa komunitas yang tersebar di berbagai wilayah.

3. Berumur panjang atau berumur pendek

   Terkadang sebuah komunitas dalam perkembangannya memerlukan waktu yang cukup lama, sedangkan jangka waktu keberadaan komunitas sangat beragam. Beberapa komunitas dapat bertahan dalam jangka tahunan, tetapi adapula komunitas yang berumur pendek.

4. Internal atau eksternal

   Sebuah komunitas dapat bertahan sepenuhnya dalam unit bisnis atau bekerjasama dengan organisasi yang berbeda.

5. Homogen atau heterogen

   Sebagian komunitas berasal dari latar belakang yang sama serta ada yang terdiri dari latar belakang yang berbeda. pada umumnya jika sebuah komunitas berasal dari latar belakang yang sama komunikasi akan lebih mudah terjalin, sebaliknya jika komunitas terdiri dari latar belakang yang berbeda-beda diperlukan rasa saling menghargai dan rasa toleransi yang cukup besar satu sama lain.

6. Spontan atau disengaja

   Beberapa komunitas ada yang terbentuk tanpa adanya intervensi atau usaha pengembang dari suatu organisasi. Anggota secara

spontan bergabung karena kebutuhan berbagi informasi dan memiliki ketertarikan yang sama. Pada beberapa kasus, terdapat komunitas yang secara spontan atau disengaja tidak menentukan formal atau tidaknya sebuah komunitas.

7. Tidak dikenal atau dibawahi sebuah institusi

   Sebuah komunitas memiliki berbagai macam hubungan dengan organisasi, baik itu komunitas yang tidak dikenali, maupun komunitas yang berdiri dibawah sebuah institusi.

Komunitas merupakan kombinasi dari tiga unsur utama, yaitu:

1. Ruang lingkup

   Ruang lingkup merupakan dasar yang mengidentifikasikan sebuah komunitas. Selain itu ruang lingkup mengilhami anggota untuk berbagi pengetahuan, bagaimana mengemukakan ide mereka dan menentukan tindakan. Tanpa ruang lingkup maka sebuah komunitas hanya merupakan sekumpulan orang.

2. Anggota

   Jika sebuah komunitas memiliki anggota yang kuat maka dapat membantu meningkatkan interaksi dan hubungan yang didasari oleh rasa saling menghormati dan kepercayaan. Anggota merupakan sekumpulan orang yang berinteraksi untuk belajar, membangu sebuah hubungan, kebersamaan dan tanggung jawab. Setiap individu mempunyai karakteristik yang berbeda, sehingga menciptakan keanekaragaman dalam suatu komunitas. Keberhasilan sebuah komunitas bergantung pada kekuatan anggota tersebut.

3. Praktis

   Merupakan sekumpulan kerangka, ide, alat, informasi, gaya bahasa, sejarah dan dokumen yang dibagi sesama anggota komunitas. Jika ruang lingkup merupakan yang menjadi fokus sebuah komunitas maka praktis merupakan pengetahuan spesifik yang dikembangkan, disebarkan dan dipertahankan. Keberhasilan praktis bergantung dari keseimbangan antara gabungan aktivitas dan hasil dari aktivitas tersebut seperti dokumen atau alat.