

## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI SUBKULTUR PUNK MELALUI PRODUKSI MEDIA

*(Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Subkultur Punk di Bandung Melalui  
Produksi Media Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Sesama  
Pelaku Subkultur Punk)*

Penyusun :

**Steven Patardo Siahaan**

NIM . 41814157

Skripsi ini di bawah bimbingan :

**Drs. Manap Solihat, M.Si**

**Tujuan penelitian** adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi subkultur *punk* melalui produksi media. Untuk menjawab masalah di atas peneliti mengangkat sub fokus rencana dan analisis situasi, pembuatan tujuan komunikasi, pengemasan pesan dan Penyebaran produksi media subkultur *Punk* di Bandung untuk mengukur fokus penelitian.

**Penelitian** ini menggunakan metode penelitian kualitatif, subjek penelitian yaitu para pelaku subkultur *punk* Bandung di peroleh informan sebanyak 3 (tiga) orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu: studi pustaka, wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

**Hasil penelitian** Perencanaan yang dilakukan oleh Subkultur *Punk* Bandung adalah pengemasan pesan oleh para pelaku subkultur tentang informasi yang di salurkan melalui media, dengan melihat analisa situasi kelemahan dan kelebihan subkultur *punk* itu sendiri Proses Pembuatan Tujuan yang dilakukan pelaku subkultur *punk* Bandung berangkat dari hal-hal seputar informasi dan edukasi bagi para pelaku subkultur *punk* lainnya. Media yang digunakan oleh pelaku subkultur *punk* Bandung sangat beragam dapat berupa media digital dan

fisik Proses penyebaran produksi media subkultur *punk* adalah dengan cara promosi di kegiatan dan *event-event* yang dilaksanakan oleh para pelaku subkultur *punk*.

**Kesimpulan** penelitian adalah pada prosesnya media yang diciptakan oleh subkultur *punk* Bandung tidak tidak sekompleks aturan media-media mainstream lainnya, tidak ada batasan yang mengatur bahasa dan isi konten bahkan design akhirnya harus seperti apa .Inti dari awal proses rencana sampai kegiatan produksi media subkultur *punk* adalah tentang kebebasan berekspresi dan kreativitas

***Kata Kunci*** : *Strategi Komunikasi, subkultur, punk, produksi media.*

## **Latar Belakang Masalah**

Dalam memperoleh dan menyebarkan informasi, seseorang selalu berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya, bisa kepada individu lain, lembaga, atau kelompok yang tentunya memiliki informasi yang ia butuhkan. Komunikasi menjadi kebutuhan yang sifatnya dinamis, selalu berkembang dalam segi akademis maupun non akademis.

Komunikasi juga merupakan hal yang tidak bisa dihilangkan dalam bersosialisasi, bagaimana proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya ke dalam masyarakat. Sosialisasi merupakan cara bagaimana individu dapat diterima di masyarakat. Selain itu sosialisasi membantu dalam mengembangkan cara berkomunikasi seseorang menjadi efektif.

Salah satu budaya yang datang dari prosesnya globalisasi adalah subkultur *punk*. *Punk* datang dengan budaya, ideology sampai dengan ranah musik dari *scene undergroundnya*. Penolakan ideologi *punk* di Indonesia bukannya tidak terjadi, pada tahun 2000 *punk* dianggap keluar batas dari norma yang ada di Indonesia penolakan terhadap budaya ini salah satunya terjadi di Aceh.

Ideologi terkait *Punk* sebagian besar berkaitan dengan kebebasan individu dan pandangan anti kemapanan. Pandangan umum *punk* mencakup kebebasan individu, anti-otoritarianisme, etika *DIY (Do It Yourself)*, ketidaksesuaian, anti-kolektivisme, anti-korporatisme, anti-pemerintah, tindakan langsung dan tidak "menjual".

*Punk* telah menghasilkan banyak puisi dan prosa. *Punk* memiliki pers bawah tanah sendiri dalam bentuk *punk zine*, yang menampilkan berita, gosip, kritik budaya, dan wawancara. Beberapa *zine* mengambil bentuk *perzines*. *zine* memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi di era *punk*.

Berkembangnya *punk* di Indonesia tak lepas dari pengaruh budaya global, berbagai macam informasi yang mudah diakses dan diterima sebagian besar masyarakat di Indonesia. Sampai pada sebagian masyarakat memilih *punk* menjadi salah satu pilihan budaya baru yang dapat diterima, ketika budaya lokal

tidak dapat menjadi pilihan atau tidak dapat mengakomodir aspirasi kebebasan masyarakat Indonesia.

Berbagai macam komunitas *punk* dari berbagai kebutuhan dan kegemaran masing-masing individu terbentuk di masyarakat, berubah menjadi sebuah identitas yang kemudian ingin dipamerkan dari individu-individu dalam komunitas *punk* dengan gaya yang berbeda-beda. Dalam mempertahankan eksistensinya komunitas *punk* mempunyai nilai yang diterapkan sebagai aturan yang berlaku didalamnya dengan menggunakan modal-modal, sehingga modal tersebut mempunyai peran penting di dalam komunitas. Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat, bagaimana subkultur *punk* mempertahankan eksistensinya di masyarakat, menjaga komunikasinya antara sesama pelaku subkultur dan bagaimana pesan yang mereka bangun dengan media mereka sendiri ataupun menggunakan media menstrem saat ini.

### **Rumusan Masalah**

rumusan masalah ini terdiri dari pernyataan makro dan pertanyaan mikro, yaitu sebagai berikut :

#### **Rumusan Masalah Makro**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan inti dari permasalahan dalam penelitian ini adalah : **“Strategi Komunikasi Subkultur *Punk* Melalui Produksi Media.”**

#### **Rumusan Masalah Mikro**

1. Bagaimana rencana dan analisis situasi produksi media subkultur *Punk* di Bandung?
2. Bagaimana pembuatan tujuan komunikasi produksi media subkultur *Punk* di Bandung?
3. Bagaimana pengemasan pesan produksi media subkultur *Punk* di Bandung?
4. Bagaimana Penyebaran produksi media subkultur *Punk* di Bandung?

## **Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui secara lebih jelas, dan menganalisa strategi komunikasi subkultur *Punk* dalam produksi media.

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui rencana dan analisis situasi produksi media subkultur *Punk* di Bandung.
2. Untuk mengetahui pembuatan tujuan produksi media subkultur *Punk* di Bandung.
3. Untuk mengetahui pengemasan pesan produksi media subkultur *Punk* di Bandung.
4. Untuk mengetahui bagaimana Penyebaran produksi media subkultur *Punk* di Bandung.

## **Kegunaan Penelitian**

### **1. Secara Teoritis:**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengayaan literature Penelitian ilmiah dalam kajian ilmu komunikasi melalui, strategi komunikasi subkultur *Punk* dalam produksi media. Lebih jauh, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mempopulerkan kajian *Punk* dalam lingkup kajian keindonesiaan.

### **2. Secara Praktis:**

penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga dalam *scene Punk* di Indonesia khususnya di Bandung, di mana ada sebuah subkultur yang memiliki cara tersendiri dalam mengembangkan resistensinya melalui penyebaran ideologi melalui ranah music dan produksi media sehingga dapat dimaknai secara produktif. Kegunaan praktis adalah untuk membantu memecahkan dan

mengantisipasi masalah pada objek yang akan diteliti diantaranya sebagai berikut:

**A. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai pemahaman secara strategi komunikasi subkultur *Punk* melalui produksi media.

**B. Bagi Universitas (UNIKOM)**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu untuk pengembangan disiplin Ilmu Komunikasi, khususnya bagi mahasiswa UNIKOM secara umum dan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi khususnya sebagai literatur bagi penelitian selanjutnya yang ada kajian yang sama.

**C. Bagi Masyarakat**

Manfaat lain yang penting dengan adanya penelitian ini adalah memberikan pemahaman dan edukasi bagi para produsen dan konsumsi *Punk* dan masyarakat luas pada umumnya agar dapat memahami secara utuh strategi komunikasi subkultur *Punk* dalam produksi media.

**Penelitian Kualitatif**

Penelitian kualitatif merupakan proses yang mencoba untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia. penelitian kualitatif menghasilkan dan mengolah data yang sifat nya deskriptif seperti transkrip wawancara , catatan lapangan, gambar, foto, rekaman video dan lain sebagainya.

**Teknik Pengumpulan Data**

1. **Observasi Partisipasi**
2. **Wawancara Mendalam**

Peneitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dengan bentuk:

- a. **Wawancara bersifat informal dan terstruktur**

## b. Wawancara terbuka

### 3. Studi Literatur dan Dokumentasi

#### Teknik Penentuan Informan

Informan penelitian di dalam penelitian kualitatif berkaitan dengan bagaimana langkah yang ditempuh peneliti agar data atau informasi dapat diperolehnya. Sebab itu di dalam bahasa ini yang paling penting adalah peneliti “menentukan” informan dan bagaimana peneliti “mendapatkan” informan. Menentukan informan bisa dilakukan oleh peneliti apabila peneliti memahami masalah umum penelitian serta memahami pula anatomi masyarakat di mana penelitian itu dilaksanakan. Namun apabila peneliti belum memahami anatomi masyarakat tempat penelitian, maka peneliti berupaya agar tetap mendapatkan informan penelitian. Maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan prosedur purposif.

Prosedur purposif adalah strategi menentukan informan paling umum di dalam penelitian kualitatif, yaitu menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian tertentu.

**Table**  
**Informan Kunci**

No	Nama	Jabatan
1	Mufti Priyanka (kang amenk)	Pelaku dan pengamat subkultur & media <i>punk</i> dari tahun 2000, selain pembuat konten dalam media <i>zine</i> , kang amenk juga memproduksi <i>zinenya</i> sendiri yang diberi nama “Sleborz”.
2	Achmed Nurhakim (kikim)	Seorang anarko <i>punk</i> asal kota Bandung. Kikim merupakan ilustrator, content creator di beberapa media subkultur dan media <i>zinenya</i> sendiri salah satunya “PAMER PAMER”.

**Tabel**  
**Informan Pendukung**

No	Nama	Jabatan
1	Dadan Ruskandar (Dadan Ketu)	Salah satu figure berpengaruh dan terkenal dikalangan subkultur <i>punk/underground</i> di Bandung, pelaku sekaligus pengamat subkultur <i>punk</i> kota Bandung dari era '90-an yang juga pendiri <i>zine</i> , sebuah usaha distro dan label rekaman band indie bernama <i>Riotic dan Riotic Records</i> .

### Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik uji keabsahan data yang diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan. Berikut adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan oleh peneliti :

1. Ketekunan pengamatan
2. Kecukupan referensi
3. Pengecekan anggota
4. Triangulasi,

Triangulasi data berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

### Teknik Analisa Data



Penelitian Strategi Komunikasi Subkultur *Punk* Melalui Produksi Media (Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Subkultur *Punk* di Bandung Melalui Produksi Media Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Sesama Pelaku Subkultur *Punk*). Penulis menggunakan analisis data model tiga alur yaitu:

1. Reduksi data
2. Penyajian data
3. Penarikan kesimpulan

### **Lokasi dan waktu Penelitian**

#### **Lokasi Penelitian**

Penelitian Dilaksanakan di Kota Bandung.

#### **Waktu Penelitian**

Penelitian ini berlangsung dan akan dilaksanakan oleh peneliti dalam waktu waktu penelitian selama 6 (enam) bulan terhitung mulai bulan Februari 2018 sampai Agustus 2018. Waktu pelaksanaan dimulai dari persiapan pra-penelitian, penelitian hingga pelaksanaan sidang.

### **Profil Informan**

#### **Deskripsi Informan**

1. Mufti Priyanka (Kang Amenk)

**Gambar 4.3**

**Informan 1**



---

*Sumber: Informan 2018*

Mufti Priyanka ( Amenk ) Lahir di Bandung, 5 Juli 1980. Menempuh studi Strata 1 Jurusan Pendidikan Seni Rupa di Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. Penjurusan studio yang dipilih ialah Studio Seni Murni dengan mayor studio Seni Lukis. Saat ini berprofesi sebagai Perupa, Ilustrator, tenaga dosen di Telkom Creative Industries School, Desainer Lepas dan sekarang tengah menempuh studi Strata 2 Jurusan Seni Rupa & Kebudayaan di Institut Seni & Budaya Indonesia, Bandung.

Kang Amenk merupakan pelaku subkultur *punk* sejak SMA dan mulai terjun langsung dalam produksi media *zine* sejak tahun 2003. Beliau merupakan *content creator*, Ilustrator sekaligus editor di media *zinenya* sendiri yang bernama “Sleborz”. Hasil karya dari tangan kang amenk banyak di apresiasi oleh para pelaku subkultur *punk* se-Indonesia. Namun kang amenk tidak pernah menganggap dirinya secara langsung sebagai *creator* atau semacamnya, ia lebih senang disebut sebagai “perupa”. Produksi medianya Sleborz merupakan *zine* dengan isi konten puisi, prosa, ilustrasi gambar tangan tentang kehidupan, tak selalu masalah besar, terkadang banyak tentang hal-hal kecil yang tidak lazim diangkat di media menstrem. Kreatifitas kang Amenk dalam mengkomunikasikan pemikirannya lewat gambar tidak hanya ia tuangkan dalam *zine* saja, kini

ia juga memproduksi sendiri baju, sticker, korek api yang ia hiasi dengan karya-karya tangannya.

Aktif sebagai anggota komunitas seni kolektif bernama *A STONE* yang berorientasi pada eksplorasi Seni Visual, Seni Rupa Pertunjukan, Seni Multimedia, pemberdayaan musik *Noise Rock* murah sejak 2003 - hingga sekarang ( [www.myspace.com/astonea](http://www.myspace.com/astonea) ), Mengembangkan kelompok seni kolektif bernama PEMANDANGAN yang berorientasi pada tata kolase bahasa puisi 'mbeling dengan pendekatan lewat musik dan pencitraan visual ambiguitas ( [www.soundcloud.com/pemandangan](http://www.soundcloud.com/pemandangan) ) & pernah tercatat pula sebagai Koordinator Artistik di Wayang *Cyber* sejak 2002 – 2005. Tercatat mengelola kegiatan kreatif eksperimental di *Djiwo Tentrem Studio* dan tercatat juga mengelola *space alternatif* bernama *OMNISPAC*E, menjabat sebagai *Public Relation* (2015-2016).

Sampai saat ini kang Amenk sudah beberapa kali diundang untuk memamerkan karya-karyanya bahkan, kang Amenk sudah pernah mengadakan pameran pribadi tentang karya gambar Ilustrasi, puisi dan prosanya sendiri. Ia juga sering menjadi pembicara dalam beberapa *event* tentang seni dan kegiatan-kegiatan subkultur *punk*.

## 2. Achmed Nurhakim (Kikim)

### Gambar 4.4

### Informan 2



*Sumber: Informan 2018*

Achmed Nurhakim (Kikim) lahir di Bandung 4 Juli 1995. Kikim merupakan mahasiswa di salah satu universitas swasta di kota Bandung. Kikim tidak ingin informasi soal dimana ia berkuliah untuk saat ini sebab alasan tertentu. Kikim merupakan seorang seniman dari subkultur *punk* kota Bandung, ia juga aktif dalam pergerakan subkultur *punk*, mulai dari kegiatan musik, pergerakan, *campaign*, sampai dengan produksi media.

Walaupun usia Kikim masih terbilang muda, hasil karya tangannya banyak dikenal oleh pelaku subkultur *punk* dan anak-anak muda di Bandung. Kikim juga merupakan *content creator* untuk beberapa media “bawah tanah” termasuk di *zine* yang ia produksi sendiri bernama PAMER PAMER. Kikim banyak mengkritik isu-isu soal penguasa dan aparat dengan ilustrasi gambar yang ia buat, selain itu juga ia sering mengangkat konten-konten soal kehidupan anak muda yang *glamour* dan konsumtif.

Tak sedikit pula Kikim mengadakan kegiatan-kegiatan seperti kegiatan sosial, membuka perpustakaan jalanan, diskusi, bahkan juga sampai demonstrasi penolakan terhadap isu-isu yang sedang panas soal kebijakan pemerintah bersama subkultur *punk* di Bandung.

### **3. Dadan Ketu**

#### **Gambar 4.5**

### Informan 3



*Sumber: Informan 2018*

Dadan “ketu” Ruskandar yang disapa orang-orang dadan ketu lahir di Bandung 25 Juni 1973. Ayah dari 2 anak ini alumni dari SD YWKA, SMPN 6 Bandung, SMAN 17 Bandungg dan seorang lulusan Strata 1 jurusan Hubungan Internasional di Universitas Pasundan Bandung. Nama “ketu” sendiri ia dapatkan dari sebutan teman-temannya dulu yang sering memanggil dia dengan sebutan “ketua”.

Dadan ketu merupakan Salah satu figure berpengaruh dan terkenal dikalangan subkultur *punk/underground* di Bandung, pelaku sekaligus pengamat subkultur *punk* kota Bandung dari era ‘90-an yang juga pendiri *zine*, sebuah usaha distro dan label rekaman band indie bernama Riotic dan Riotic Records. *Punk* mulai merambah Bandung sekitar tahun 1984. Saat itu, baru segelintir orang yang menjadi penikmat musik *punk*. Anak-anak *punk* masa itu biasanya berkumpul di tempat yang mereka sebut PI, (ada yang menyebutkan istilah ini sebagai Pasar Induk, sebutan untuk mal pertama di Bandung. Ada juga yang menyingkat dari Plasa Indah) yang berlokasi di belakang mal Bandung Indah Plaza (BIP).

Nama Dadan Ketu di subkultur *punk* dan *underground* sudah sangat dikenal. Ia merupakan pengamat subkultur sejak tahun 1989

dimana *punk* di Bandung mulai eksis ke permukaan. Dadan Ketu selain memiliki label dan distro sendiri, ia bekerja sebagai manajer band *underground* Bandung yang sudah mendunia yaitu Burgerkill.

Ia juga menjadi sosok yang aktif dalam hampir seluruh kegiatan subkultur *punk* dan *underground* di Bandung. Tak sedikit yang meminta saran soal kegiatan-kegiatan kepada Dadan Ketu sebab pengalamannya yang banyak di subkultur ini mulai dari pengelolaan media *zine*, lalu soal label dan music dan bagaimana cara untuk mencari sponsorship/donator dalam pembiayaan kegiatan dan *tour* band-band kota Bandung.

### **Pembahasan**

Pada sub-bab ini, peneliti akan menguraikan data yang telah diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara informan yang peneliti lakukan dengan Mufti Priyanka (Kang Amenk) selaku Pelaku dan pengamat subkultur & media *punk*, Achmed Nurhakim (kikim) merupakan *illustrator* dan *content creator* dalam produksi media subkultur *punk* dan Dadan Ruskandar (Dadan Ketu) yang merupakan salah satu figure berpengaruh dan terkenal dikalangan subkultur *punk/underground* di Bandung.

Langkah pertama yang peneliti lakukan sebelum mewawancarai para informan adalah melakukan pendekatan dengan subkultur *punk* kota Bandung, setelah itu peneliti memilih informan yang berkaitan dengan strategi komunikasi yaitu beberapa pelaku subkultur *punk* yang berpengaruh di Bandung. Setelah itu peneliti melakukan perizinan juga kepada kedua informan kunci tersebut terkait niat peneliti untuk melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi Subkultur *Punk* Melalui Produksi Media. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan jumlah yang menjadi informan dalam penelitian ini sebanyak 3 orang yakni 2 orang sebagai informan kunci dan 1 orang sebagai informan pendukung.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa orang yang sudah ditetapkan sebagai informan dalam penelitian ini terkait strategi komunikasi Subkultur *Punk* Bandung Melalui Produksi Media, peneliti melakukan beberapa kali observasi langsung di sejumlah tempat, maka peneliti dapat mengetahui

bagaimana strategi komunikasi Subkultur *Punk* Bandung Melalui Produksi Media. Pada bab ini, peneliti akan menguraikan hasil penelitian.

### **Rencana Dan Analisis Situasi Produksi Media Subkultur Punk Di Bandung**

Dalam strategi komunikasi yang dilakukan subkultur *punk* para pelaku yang memproduksi media dan berbagai informasi tidak memiliki strategi khusus untuk berkomunikasi melalui produksi media yang mereka / para pelaku subkultur *punk* buat.

Dalam strategi komunikasi subkultur *punk* pelaku-pelaku produksi media dilakukan oleh seluruh pelaku yang ingin berkontribusi atau ikut ambil bagian dalam media tersebut. Komunikasi subkultur *punk* Bandung melalui Produksi media dalam pelaksanaannya tidak memiliki strategi khusus, hal ini diperkuat oleh hasil wawancara para pelaku subkultur di lapangan saat penelitian. Namun, jika dilihat dari analisis situasi yang dilakukan oleh para pelaku subkultur *punk*, kelebihan subkultur merekalah yang menjadi kekuatan dalam komunikasi melalui produksi media yaitu kebebasan berekspresi. Kebebasan berekspresi ini mereka tunjukkan mulai dari awal sampai akhirnya media di produksi.

Adapun kelemahan yang mereka temukan dalam produksi media tersebut adalah sulitnya membuat konten secara kolektif lalu, beberapa komunitas *punk* juga terkadang memiliki visi/misi dan persepsi berbeda yang terkadang menjadi masalah dalam pergerakan.

### **Proses Pembuatan Tujuan Komunikasi Subkultur Punk Di Bandung**

Tujuan yang ingin dicapai subkultur *punk* bandung melalui produksi media terlihat dari proses pembuatan pesan para pelakunya dan apa yang ingin mereka sampaikan kepada pelaku subkultur *punk* yang lain. Proses pembuatan pesan subkultu *punk* sendiri tidak jauh berbeda dengan media-media *mainstream* saat ini.

Proses pembuatan pesan subkultur *punk* Bandung melalui produksi media berawal dari pengamatan isu-isu yang berkembang di masyarakat dan melakukan riset faktual lalu diolah ke dalam media visual dan nonvisual. Mereka

menggambarkan informasi-informasi yang sudah diolah kedalam sebuah lirik lagu, puisi, prosa, Ilustrasi, gambar ataupun artikel berita layaknya media-media yang lainnya.

Proses pembuatan pesan sendiri memiliki tujuan atau hal yang ingin disampaikan kepada sesama pelaku subkultur *punk*. Informasi yang ingin disampaikan diantaranya seluruh hal penting tentang apa sebenarnya subkultur *punk* itu, mulai dari gaya hidup, komunitas dan musik *punk*, ideologi yang berkembang didalamnya dan bagaimana pandangan mereka terhadap segala aspek di dalam kehidupan. Selain itu mereka memberikan informasi seputar bekal cara-cara mengolah, memproduksi bahkan sampai mendistribusikan karya-karya yang dibuat oleh para pelaku subkultur *punk*.

### **Proses Pengemasan Pesan Produksi Media Subkultur *Punk* Di Bandung**

Dalam strategi komunikasi subkultur *punk* Bandung melalui produksi media, proses pengemasan pesan dapat dituangkan kedalam banyak media seperti teks, lambang, bahasa dan gambar lainnya. Proses pengemasan pesan yang dilakukan oleh pelaku subkultur *punk* terbilang unik selain dari banyaknya media yang bisa dijadikan tempat menuangkan pesan kedalamnya, tak ada pula batasan seperti apa media itu harus dibuat.

Pesan yang siap diproduksi dalam subkultur *punk* biasanya disampaikan melalui:

1. Artikel tulisan (*zine*, selebaran, pamflet, ilustrasi)
2. Puisi, prosa dan lirik lagu.
3. Gambar (*artwork*)
4. Atribut (*patch*, baju, bendera)

Inilah yang membuat pesan-pesan dalam produksi media subkultur *punk* menjadi menarik, bahkan dari cara penulisan dan bahasa pun tidak ada aturan khusus yang harus di ikuti, semua di buat oleh pelaku subkultur *punk* dengan kreatifitas dan pilihan medianya masing-masing.

Pesan yang dituangkan berupa tulisan, dan gambar dapat dibuat dalam bentuk fisik ataupun digital dan dapat dipajang di media sosial seperti *facebook*,



*twitter*, dan *Instagram*. Seluruh pesan yang di tuangkan ke dalam media dibuat sebagai proses penyebaran pesan atau sekedar untuk koleksi penikmat karya-karya para pelaku subkultur.

Terkadang *zine* dalam subkultur *punk* juga tidak seperti majalah yang isinya di dominasi oleh tulisan-tulisan saja, *zine* dapat menjadi media yang mewakili pesan dengan gambar-gambar, sebagai album karya para pelaku subkultur *punk* dan dapat berupa selebaran berisikan komik strip yang di perbanyak lalu disebarluaskan.

### **Penyebaran Produksi Media Subkultur *Punk* Di Bandung**

Penyebaran Strategi Komunikasi, yaitu bagaimana upaya subkultur *punk* untuk memberitahukan atau memperkenalkan hasil produksi media yang mereka buat kepada masyarakat atau para pelaku di subkultur *punk* sendiri. Para pelaku subkultur *punk* biasanya memperkenalkan atau mempromosikan produksi mereka secara langsung di berbagai macam kegiatan dan *event* yang diselenggarakan oleh sesama pelaku subkultur.

Kegiatan promosi biasanya dilakukan didalam kegiatan seperti perpustakaan jalanan keliling, disini hasil dari produksi media ditawarkan langsung kepada orang-orang yang datang, media yang ditawarkan juga biasanya banyak seperti buku-buku, atribut, *zine*, dan lain-lain, cara seperti ini juga dilakukan di *event-event* musik *underground* dan acara diskusi dan pameran karya.

Selain kegiatan dan *event-event* musik terdapat juga pameran *zine* yang diadakan setiap tahun oleh komunitas-komunitas subkultur kota Bandung, di acara tersebut berisikan rilisan *zine* dari pelaku subkultur *punk* luar kota Bandung bahkan dari berbagai macam negara. Pada proses promosi para komunitas subkultur *punk* biasanya saling bertukar *zine* untuk berbagi informasi tentang apa dan keadaan subkultur *punk* yang ada di daerahnya masing-masing.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

Barker, Chris. 2008. *Cultural Studies*. Yogyakarta : Kreasi Wacana

Cangara, Hafied 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Graffindo Persada

Effend, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Jalaludin Rakhmat. 2003 *Komunikasi Antar Budaya*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Kuswarno, Engkus, 2008, *Etnografi Komunikasi*, Bandung : Widya Padjajaran.

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Maleong, Lexy J 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Nurudin, *Komunikasi Massa*, CESPUR, Malang, September 2003

Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano P. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rekayasa Sains

Soeryanto, Eddy Soegoto. 2014. *Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta. Elex Media Komputindo

William R. Rivers at.al., *Media Massa dan Masyarakat Modern: Edisi Kedua*, Prenada Media, Jakarta, 2003.

## **B. Sumber lain**

Wikipedia.Punk Subculture.[online]. Tersedia:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Punk\\_subculture#cite\\_note-mobile.avclub.com-49](https://en.wikipedia.org/wiki/Punk_subculture#cite_note-mobile.avclub.com-49) (diakses pada 24 Juli 2018 pukul 14.16)

Investvine. Punks face off with Indonesia's Shariah law.[online]. Tersedia:

<http://investvine.com/punks-face-off-with-indonesias-shariah-law/>  
(diakses pada 24 Juli 2018 Pukul 14.30)