BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia mempunyai aneka ragam budaya dan suku bangsa, keanekaragaman budaya inilah yang membuat bangsa indonesia bersatu. Dari setiap suku bangsa memiliki budaya yang berbeda, pada era modern seperti saat sekarang yang diikuti dengan perkembangan teknologi, kebudayaan Indonesia pun mengalami pembauran, dengan mudah budaya luar masuk dan mempengaruhi 'kemurnian' budaya Indonesia. Akan tetapi tidak jarang ada beberapa kebudayaan luar yang tidak bisa diterima.

Kebudayaan bisa berbagai macam bentuknya, seperti seni, religi, dan gaya hidup. Musik dan fesyen dapat dikatakan sebagai salah satu unsur dari budaya. Musik dan fesyen cenderung berubah mengikuti perkembangan jamannya dan keduanya saling berhubungan, maksudnya, musik dapat mempengaruhi perkembangan fesyen pada jamannya. Begitu juga sebaliknya dengan fesyen.

Black metal merupakan salah satu subgenre musik dari Eropa yang juga memberikan pengaruhnya di Indonesia. Selain bidang musik, *black metal* juga mempengaruhi fesyen sebagai identitas. Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki keberagaman subkultur didalam tatanan masyarakatnya. Subkultur *black metal* yang didalamnya terdapat pemain dan penikmat musik *black metal* mulai tumbuh diantara subkultur yang lain seperti subkultur *punk, skinhead,* dan subkultur-subkultur lainnya.

Kaum muda yang berada di dalam lingkaran subkultur masyarakat merupakan elemen yang paling mudah terpengaruh oleh budaya itu sendiri baik budaya dari luar maupun dari dalam. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan

pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan formal dan pendidikan nonformal yang berasal dari pergaulan dan arus informasi yang semakin cepat dewasa ini.
Belakangan fungsi fesyen sudah mulai bergeser dari fungsi utamanya. Semula fesyen hanya sebagai kebutuhan manusia, sekarang fesyen memiliki fungsi lain, yakni sebagai media komunikasi. Maksudnya, mulai dari status sosial dan pekerjaan bisa dilihat dari fesyen yang dipakai seseorang. Ideologi dan jati diri seseorang bisa juga diketahui lewat fesyen yang dipakainya. *T-shirt* yang juga masih bagian dari fesyen memiliki fungsi yang sama.

Dalam konteks komunikasi, *t-shirt* membangun peranan penting dalam hal penyampaian pesan. Aspek visual yang muncul pada *t-shirt* tidak hanya bertindak sebagai elemen estetis tetapi juga elemen yang membangun komunikasi. *T-shirt* juga dipakai untuk penanda suatu golongan atau komunitas yang ada di masyarakat. Pergeseran fungsi inilah yang memunculkan dua persepsi berbeda tentang kegunaan *t-shirt* pada suatu kelompok atau komunitas. Penalaran terhadap latar belakang dan konteks komunikasi dalam bentuk visual harus benar diperhatikan guna menemukan sebuah sudut pandang yang ideal.

1.2 Identifikasi Masalah

T-shirt merupakan salah satu elemen dalam fesyen yang menampilkan elemen-elemen visual seperti gambar, tulisan, atau penggabungan keduanya. *T-shirt* selain berfungsi sebagai penutup tubuh juga sebagai media komunikasi visual representasi dari ideologi dan nilai-nilai musik metal pada komunitas *underground* di Bandung pada khususnya.

Dalam konteks komunikasi ternyata *t-shirt* memiliki peranan yang lain seperti tersebut diatas. Karena pada dasarnya *t-shirt* juga merupakan bentuk komunikasi visual dalam hal penyampaian pesan.

Pergeseran fungsi dari *t-shirt* pada komunitas *underground* diidentifikasi oleh beberapa hal antara lain:

1. Fenomena yang muncul pada saat konser musik *black metal*.
2. Spirit atau semangat yang coba ditampilkan lewat *t-shirt*.
3. *T-shirt* menjadi media komunikasi ideologi musik *black metal*.
4. Musik *black metal* yang bernuansakan anti ke-Tuhan-an memberi citra yang buruk dimata masyarakat.
5. *T-shirt* sebagai media komunikasi komunitas *underground.*

1.3 Perumusan Masalah

Fenomena yang muncul pada saat konser musik *black metal* menjadi bahasan ruang lingkup untuk diteliti. Penelitian ini diarahkan pada pengkajian korelasi antara *t-shirt* dengan konteks komunikasi visual. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kegunaan *t-shirt* sebagai media penyampaian pesan ideologi musik metal.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini menjadikan komunitas *underground* Bandung sebagai objek. Serta memfokuskan penelitian pada ideologi musik metal dengan peninjauan diarahkan kepada *t-shirt* sebagai media komunikasi visual penyampaian pesan yang dipakai pengunjung konser musik *black metal*.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini dibutuhkan sebuah metode penelitian yang dibutuhkan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Metode penelitian yang dipakai meliputi:

1.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diamati dan dicatat untuk pertama kali. Untuk memperoleh data primer meliputi beberapa metode diantaranya adalah sebagai berikut:

1. **Metode Observasi**

   Metode ini bekerja sebagai pengamat yang meliput secara nyata ke tempat yang menjadi fokus penelitian, dengan mengamati pengunjung konser musik *black metal*. Mulai dari perilaku sebelum dan saat konser musik berlangsung. Hal ini dibutuhkan untuk mengetahui sedikit tentang kebiasaan atau kegiatan mereka.

2. **Metode Wawancara**

   Metode ini merupakan suatu cara untuk memperoleh data dengan tanya jawab secara langsung. Wawancara dilakukan dengan cara sebagai berikut:

   1. Wawancara dengan pengunjung konser musik Badebah: Reunion ’90 yang diadakan di Score Bandung.

   2. Mendatangi tempat atau komunitas yakni Common Room Network Foundation (Jl. Kyai Gede Utama No.8 Bandung). Interview dengan Kimung dari Minnor Book dan anggota komunitas Common room lainnya untuk mendapatkan kelengkapan data.

1.5.2 Data Sekunder

Data sekunder ini berupa literatur. Literatur yang dimaksud adalah buku-buku yang sesuai dengan penelitian. Data sekunder juga meliputi dokumen-dokumen yang dibutuhkan. Diantaranya menggunakan buku

kultur *underground*, literatur musik metal, dan literatur mengenai ilmu komunikasi. Teori analisis yang digunakan dalam penelitian ini memakai komunikasi dalam bentuk visual.

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini terbagi dua. Yakni tujuan umum dan tujuan khusus.

1.6.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bentuk lain dalam penyampaian pesan dengan menggunakan *t-shirt* sebagai media komunikasi dalam bentuk visual.

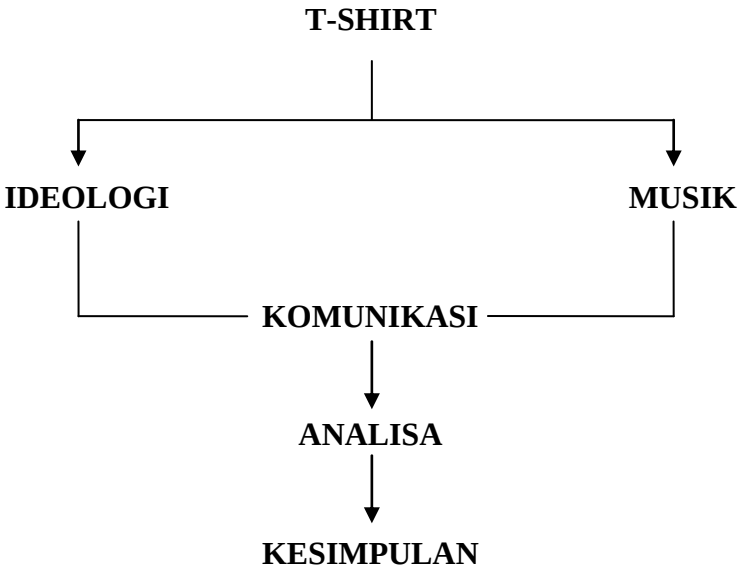
1.6.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana *t-shirt* dijadikan media dalam penyampaian pesan ideologi musik metal dalam konteks komunikasi visual oleh komunitas *underground* yang ada di Bandung.

1.7 Manfaat Penelitian

Mendasari langkah untuk melakukan suatu pengkajian lebih lanjut guna menemukan suatu bentuk komunikasi dengan menggunakan *t-shirt* sebagai media dalam penyampaian pesan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah bahan wacana tentang komunikasi yang terkait dengan visual.

1.8 Kerangka Penelitian



Kerangka penelitian di atas merupakan tahapan untuk mendapatkan sebuah persepsi ideal akan fungsi *t-shirt* sebagai media komunikasi yang memiliki ***content of music ideology***, dalam hal ini aliran musik *black metal*.

Analisa penelitian ini diarahkan kepada *t-shirt* yang dipakai oleh pengunjung konser musik *black metal* sebagai fesyen apresiator. Komunitas *underground* yang ada di Bandung seperti Common Room, menjadi ruang lingkup penelitian untuk mendapatkan kelengkapan data.

1.9 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjelasan latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, metode penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KOMUNIKASI VISUAL DAN PROSES KOMUNIKASI

Bab ini akan menguraikan tentang komunikasi visual dan pembahasan fesyen sebagai media visual.

BAB III AKAR MUSIK BLACK METAL

Dalam bab ini akan dibahas mengenai akar musik *black metal*, metal genealogi, wajah musik *black metal* sebagai uraian data dari objek yang diteliti dan mengupas secara singkat tentang sejarah dan ideologi musik *black metal* dilengkapi dengan data visual sebagai pendukung.

BAB IV KOMUNIKASI IDEOLOGI & FENOMENA KORELASI

Pada bab ini akan dibahas mengenai subkultur, representasi musik metal dan fesyen apresiator dengan hubungannya antara identitas dan ideologi yang ingin ditampilkan dengan pendekatan komunikasi visual.

BAB V KESIMPULAN & KORELASI KOMUNIKASI

Menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dijadikan fokus permasalahan dan menjabarkan hasil penelitian sebagai bentuk suatu hubungan.

BAB II
KOMUNIKASI VISUAL DAN PROSES KOMUNIKASI

Kata komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa Latin "*communis"* yang berarti "*common*": umum; bersama. Komunikasi memiliki banyak pengertian. Komunikasi adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi antara dua pihak. Komunikasi juga bisa diartikan sebagai suatu proses pertukaran informasi diantara dua orang atau lebih melalui suatu sistem tanda, simbol, isyarat dan perilaku yang sudah lazim (Safanayong, Y, 2006).

Bentuk komunikasi yang biasa terjadi adalah dua orang atau lebih yang sedang berbicara atau membahas suatu hal. Komunikasi bisa berupa verbal maupun non verbal. Komunikasi verbal berkaitan dengan suara (bicara). Sebagai contoh, pria dan wanita yang sedang membicarakan konsep acara pernikahan. Sedangkan komunikasi non verbal bisa berkaitan dengan tanda atau simbol. Contoh sederhana, rambu-rambu lalu lintas yang terdapat di jalan raya.



Gambar 2.1 Rambu Tanda Persimpangan

Inti dari komunikasi adalah bagaimana proses komunikasi itu terjadi. Manusia yang berbicara dan visual yang muncul pada rambu-rambu lalu lintas semuanya melalui proses bagaimana pesan yang ingin disampaikan. Komunikasi melibatkan dua aspek didalamnya, yakni audio (suara) dan visual (gambar atau tulisan). Lewat dua aspek sederhana tadi komunikasi bisa di terjemahkan secara benar dan tepat menurut apa yang akan disampaikan.

2.1 Komunikasi Visual

Komunikasi visual dalam jabaran terluasnya mempunyai sejarah yang panjang tentang spekulasi dan ideologi menarik mengenai bagaimana penglihatan (*sight)* bekerja dan bagaimana dapat mengerti rangsangan visual. Boleh dikatakan sejak adanya kehidupan manusia yang telah mencoba berkomunikasi lewat tanda-tanda berupa gambar-gambar sederhana. Komunikasi manusia terdiri dari pertukaran simbol guna pemahaman dalam konteks sosial. Kode-kode komunikasi, sistem *sign* dan bahasa yang dipakai untuk melaksanakan proses ini. Komunikasi visual memiliki pembendaharaan kata tersendiri, tata bahasa, *syntax* (prinsip dan aturan membuat kalimat atau bahasa), komposisi dan makna. Selain itu komunikasi visual memiliki sejarah yang unik dan mewarisi yang lebih dahulu daripada bahasa tertulis. (Safanayong, Y, 2006)

Yongky Safanayong dalam bukunya menuliskan terdapat pendapat yang berbeda-beda tentang berapa banyak teori visual dasar yang ada. Literatur dan penelitian mengenai komunikasi visual sangat banyak. Beberapa pendekatan dasar tentang teori komunikasi visual:

1. Teori persepsi
2. Prinsip-prinsip persepsi
3. Gestalt
4. Semiotik
5. Konstruktifisme
6. Teori ekologi
7. Model Huxley – Lester
8. Omniphasisme

Proses komunikasi visual hendaknya dimengerti secara luas: identifikasi teori-teori, prinsip dan teknik-teknik yang membantu dalam pemecahan masalah-masalah visual, yakni:

- **Teori komunikasi**

  Membantu dalam menyusun masalah yang dihadapi dalam hubungannya dengan pesan yang dimaksudkan dengan khalayak sasaran.
- **Teori semiotika**

  Membantu dalam menerangkan hubungan antara tanda dan pertaliannya.
- **Teori persepsi** (organisasi visual, persepsi bidang visual, figur dan bentuk)

  Membantu dalam membentuk dasar struktual dengan mengidentifikasi dan mewujudkan menjadi bentuk atau figur yang dapat dikenali.
- **Estetika bentuk**

  Terdiri dari kualitas bentuk-bentuk intrinsik, seperti ukuran, proporsi, tekstur, warna.
- **Prinsip organisasi visual**

  Membantu dalam membangun hubungan antara unsur-unsur visual (titik, garis, bidang, warna, dan sebagainya) dalam proses penciptaan pesan yang diinginkan. (Safanayong, Y, 2006)

Komunikasi visual kerap mengaitkan tanda, masih dalam konteks komunikasi. Artinya tanda disini memiliki peran dalam membangun komunikasi dan tanda yang merujuk kepada obyeknya disini dapat dipahami juga sebagai upaya agar pesan dalam komunikasi tersampaikan dengan baik. Komunikasi visual dibaca dengan gambar sebagai pemberi makna, artinya terdapat pesan yang ingin disampaikan tanpa harus berbicara atau bersifat non verbal. Komunikasi visual dapat diartikan sebagai berikut, cara penyampaian pesan dengan menggunakan media gambar (visual), bahasa yang dipakai adalah bahasa visual. Rambu-rambu lalulintas bisa disebut sebagai bentuk komunikasi visual karena pemakaian simbol untuk proses komunikasinya.

Metodologi dalam desain komunikasi visual merupakan sebuah proses kreatif. Berikut istilah-istilah yang berhubungan dengan visual: (Kusrianto, A, 2007)

1. **Visual Language**

   Yakni ilmu yang mempelajari bahasa visual. Visualisasi yaitu kegiatan menerjemahkan atau mewujudkan informasi dalam bentuk visual.

2. **Visualiser**

   Yaitu orang yang pekerjaannya menangani masalah visual atau mewujudkan suatu ide ke dalam bentuk visual dalam suatu proyek desain.

3. **Visual Effect**

   Membuat efek-efek tipuan seolah-olah terjadi suatu keadaan atau kejadian yang sulit di lakukan manusia. Misalnya munculnya seekor dinosaurus atau monster laut.

4. **Visual Information**

   Adalah informasi melalu penglihatan, misalnya lambaian tangan, senyuman, baju baru, mobil baru, dan lain-lain.

5. **Visual Litteracy**

   Yaitu kumpulan, atau daftar visual.

Komunikasi visual mempergunakan mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan bahasa visual, di mana unsur dasar bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan (Kusrianto, A, 2007). Komunikasi visual bersifat non verbal (berupa gambar, tulisan atau gabungan dari keduanya). Contoh sederhana komunikasi model ini adalah poster yang menginformasikan suatu hal kepada khalayak.



Gambar 2.2 Poster

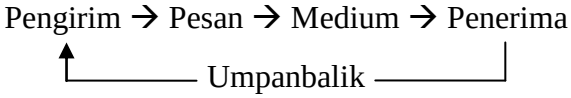
Defenisi sederhana yang juga dapat diberikan untuk komunikasi model ini adalah sebagai berikut, komunikasi visual adalah suatu bentuk komunikasi non verbal yang melibatkan indera penglihatan dalam menyampaikan makna, maksud, dan tujuan. Media komunikasi visual tidak hanya dalam bentuk poster. Fesyen merupakan salah satu bagian dari komunikasi model ini. Fesyen merupakan salah satu bentuk media yaitu menampilkan jati diri. Sebagian orang menunjukkan identitas dan ideologi dirinya lewat fesyen pribadi. Sebagian yang lain mengenakan fesyen hanya sekedar untuk mengikuti *trend* fesyen yang sedang berkembang pada jamannya. Dari sekian banyak produk fesyen, *t-shirt* merupakan salah satu unsur yang biasanya menampilkan objek visual tertentu.

2.2 Proses Komunikasi

Suatu pendekatan melibatkan proses komunikasi. Pendekatan tersebut menekankan jalur-jalur dan media yang dipakai untuk penyaluran pesan-pesan dan dimana pengirim dan penerima *encode* dan *decode*, terutama dalam bentuk

Menghilangkan atau mengabaikan salah satu komponen dalam komunikasi akan menyebabkan komunikasi tidak dapat dimengerti atau gagal sama sekali. Dalam bukunya, Safanayong menjelaskan Bagian-bagian dari proses komunikasi secara umum sebagai berikut:

1. Pengirim (*encoder / sender*)
2. Pembuatan kode / penyandian (*encoding*)
3. Medium
4. Penerima (*receiver / decoder*)
5. Umpanbalik (*feedback*)



Gambar 2.3 Model Komunikasi Shannon – Weaver

Yongki Safanayong (2006: 12) memaparkan unsur-unsur yang terkait dalam kegiatan komunikasi sebagai berikut:

- Sumber Komunikasi (*source / sender*)
- Pembuatan kode / penyandian (*encoding*)
- Pesan (*message*)
- Saluran / medium (*channel*)
- Penguraian kode / sandi (*decoding*)
- Penerima / komunikan (*receiver*)
- Rintangan / distorsi (*noise*)
- Umpanbalik (*feedback*)

Sedangkan menurut variabel-variabel seperti persepsi, moitivasi, *learning*, memori, sikap, kepercayaan, kepribadian, pengaruh kelompok, gaya hidup, dan nilai-nilai. Masing-masing saling berkaitan. (Safanayong, Y, 2006)

Persepsi (*perception*)

Interpretasi dari cara-cara stimulan dalam penyampaian pesan, seperti iklan produk, poster, dan sebagainya. Pesan dan citra tidak selamanya tepat sasaran sesuai dengan si pembuat pesan. Persepsi memiliki kecenderungan untuk mengatur, modifikasi dan menyimpangkan pesan yang diterima. Persepsi itu selektif (bersifat pemilih, dapat memilih). Segenap indra rasa dan perasaan menciptakan persepsi.

Motivasi (*motivation*)

Hasrat untuk memenuhi sesuatu keinginan. Motivasi dapat dipelajari dengan pendekatan sosial dan instingtif. Sebagian bersifat diluar alam sadar, tetapi memberikan pengaruh yang cukup jelas untuk memenuhi keinginan dalam kehidupan sehari-hari.

Sikap (*attitude / behaviour*)

Sikap mendapatkan penjabarannya dalam tiga hal, yaitu:

- Unsur *cognitive,* kesadaran, pengertian akan suatu hal.
- Unsur *affective,* reaksi, kesan yang berhubungan dengan sesuatu seperti logo.
- Unsur *conative,* tindak lanjut dari unsur *affective* seperti membeli produk.

Pengaruh kelompok (*group effect*)

Lingkungan sekitar dan tatanan di dalamnya biasanya sangat memberikan pengaruh terhadap pola tingkah laku individu.

Tujuan komunikasi dapat dibedakan menurut maksud dan caranya. Dalam usaha komunikasi pemasaran menurut Safanayong, tujuan diarahkan kepada pekerjaan satu atau lebih, seperti membangun keinginan, menciptakan kesadaran, meningkatkan sikap dan mempengaruhi niat, dan mempermudah pemakaian atau pembelian.

Perbedaan maksud dan cara dalam tujuan komunikasi akan mendapatkan perbedaan umpanbalik (*feedback*) dan terkadang apa yang ingin disampaikan tidak sesuai dengan apa yang dihasilkan dari umpanbalik tersebut, dengan kata lain komunikasi bertujuan untuk menyampaikan pesan dan mendapatkan umpanbalik yang sesuai dan ideal.

2.3 Fesyen

Hampir bisa dikatakan bahwa kecenderungan dalam berpakaian tidak bisa dipisahkan dengan relasinya dengan cara penampilan yang normatif atau non-normatif. Hal ini tidak terlepas karena keberadaan didalam subkultur dengan penanaman dan ideologi-ideologinya. Gaya hidup yang tidak normatif bagi sebagian masyarakat dianggap sebagai bentuk pemberontakan atau penyimpangan, tapi bagi pelakunya mungkin jika tidak melakukannya akan mengancam identitas dan ideologi didalam kehidupannya. Artinya masyarakat dan subkultur yang ada diantara mayarakat saling menjaga dengan tegas batasan yang mereka inginkan.

Fesyen tidak hanya sebagai penutup badan. Fesyen juga dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi dalam konteks ideologi, identitas, dan trend. Hubungan antara fesyen dan komunikasi dibangun untuk menggambarkan ideologi atau identitas dengan fesyen sebagai media utamanya.

Fesyen berawal dari kata '*fashion*' dalam kamus bahasa yang bermakna 1 bentuk; tata-tertib; 2 cara, ragam; 3 model;. (Wasito, T.W. & Wojowarsito, S. 1980). Selanjutnya akan menggunakan kalimat 'fesyen'. Fesyen akan selalu mengalami perubahan dari jaman ke jaman. Fesyen sendiri dapat dikatakan menjadi salah satu bagian dari luar fisik seseorang yakni berupa pakaian yang seseorang kenakan dapat menjadi perwakilan dari kepribadian orang tersebut. Dengan kata lain, fesyen adalah bagian kecil dari identitas seseorang yang dapat

langsung ditangkap saat pertama melihatnya selain gaya rambut atau bahkan gaya berdandannya.

Seiring berkembangnya gaya hidup yang terjadi, menjadikan kebutuhan untuk gaya hidup ini semakin meningkat. Fesyen pun mengalami perkembangan yang tidak lepas dari gaya hidup setiap individu. Fesyen tidak hanya bagian dari bergaya busana, fesyen juga sangat penting dalam status sosial seseorang. Fesyen adalah sebuah gaya pakaian yang diperlukan sebagai alat menyembunyikan atau mengkomunikasikan posisi sosial pemakainya (Barnard, 1996). Dalam tahapan ini sangat jelas fungsi dari fesyen sebagai suatu bentuk media komunikasi dalam kehidupan sosial masyarakat.

t-shirt yang juga merupakan bagian dari gaya berbusana memiliki peranana dan fungsi yang sama dalam konteks media komunikasi dalam bentuk pakaian yang lebih diarahkan kepada visual yang muncul.

2.3.1 T-shirt

Dahulu *t-shirt* hanya di pakai sebagai pakaian dalam, tapi sekarang digunakan untuk pakaian sehari-hari. *T-shirt* adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. *T-shirt* biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Pada umumnya, *t-shirt* berlengan pendek (melewati bahu hingga sepanjang siku) dan berleher bundar. Bahan yang umum digunakan untuk membuat *t-shirt* adalah katun atau *poliyester* (atau gabungan keduanya).

Mode *t-shirt* meliputi mode untuk wanita dan pria, dan dapat dipakai semua golongan usia, termasuk bayi, remaja, ataupun orang dewasa. Asal muasal nama Inggris-nya, *T-shirt*, tidak diketahui secara pasti teori yang paling umum diterima adalah nama *T-shirt* berasal dari bentuknya yang menyerupai huruf "T".



Gambar 2.4 T-shirt (produk: Superdingo)

Belakangan, model dan bentuk *t-shirt* semakin berkembang dan tidak lagi hanya kaku kepada bentuk huruf "T" saja. Sekarang model *t-shirt* lebih variatif, ada *t-shirt* yang tanpa lengan, atau *t-shirt* dengan penambahan atau penempatan aksesoris mengikuti trend mode yang sedang berkembang. Bahkan *t-shirt* mempunyai cerita kisah yang unik, seperti contoh pada Wimbeldon yang merupakan kompetisi tenis tingkat dunia, memberikan peraturan bahwa petenis tidak boleh bermain jika tidak memakai baju/pakaian tanpa kerah. Namun hal itu mendapat penentangan dan peraturan tersebut didobrak oleh Andre Aggasi yang merupakan petenis Internasional yang tidak ingin bermain jika tidak memakai *t-shirt.*

Seiring perkembangan jaman, fungsi *t-shirt* mengalami pergeseran, dalam konteks komunikasi *t-shirt* dapat juga sebagai media komunikasi visual. *T-shirt* disini dipakai sebagai alat tukar informasi dan tukar pesan. *T-shirt* merupakan sebagian dari industri kreatif, komunitas *underground* menggunakan *t-shirt* sebagai salah satu media mereka untuk ber-komunikasi.

BAB II
AKAR MUSIK BLACK METAL

Seiring perubahan jaman musik metal melahirkan aliran aliran baru yang menjadikan metal sebagai titik awal maupun akar dalam pembentukkan aliran musik baru tersebut. Perubahan aliran musik yang menggunakan aliran metal sebagai dasarnya dan melahirkan aliran musik baru antara lain seperti *Trash Metal, Heavy Metal, Death Metal,* dan *Black metal.* Aliran baru juga menimbulkan persepsi baru dimata masyarakat akan suatu aliran musik yang pada saat itu awam untuk didengar dan terkesan aneh. Baik itu dari pembawaan maupun penampilannya.

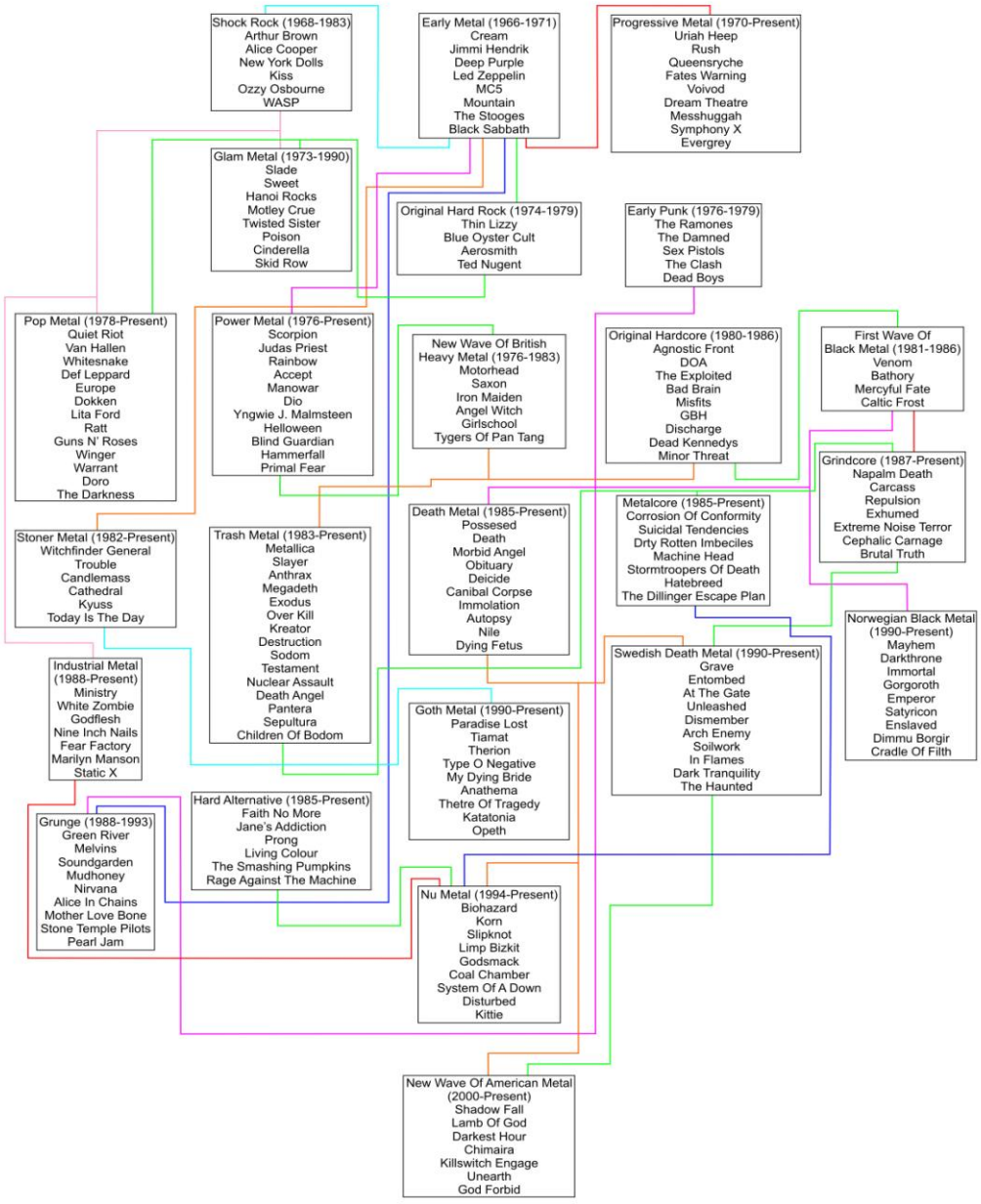
3.1 Metal Genealogi

Metal merupakan salah satu genre musik yang cenderung keras dengan nada yang menghentak jika disandingkan dengan musik pop. Seiring jaman musik metal mengalami perkembangan atau transformasi menjadi beberapa subgenre seperti *Heavy Metal, Power Metal,* dan *Stoner Metal.* Genre musik lain seperti *Punk* dan *Rock* turut andil dalam perkembangan musik metal. Melihat dari silsilah musik metal, musik aliran *black metal* diawali dengan *Early Metal* pada tahun 1966 sampai pada tahun 1971 yang diperkenalkan oleh *Cream, Jimmi Hendrix, Blue Cheer, Deep Purple, Led Zeppelin, MC5, Mountain, The Stooges,* dan *Black Sabbath.*



Gambar 3.1 Jimmi Hendrix

Musik metal menjadi langkah awal kemunculan aliran-aliran musik yang masih berada dijalur silsilah metal yang menggambarkan perkembangan aliran musik metal.



Gambar 3.2 Metal Genealogi

(Hai Star. 2008)

Mata rantai musik metal terus berkembang sampai akhir tahun 2000 dengan kemunculan subgenre *New Wave of American Metal* dengan *Lamb of God* sebagai salah satu band dari Amerika yang membawakan musik aliran jenis ini.



Gambar 3.3 Lamb of God

Gelombang pertama aliran musik *black metal* terjadi pada tahun 1981 sampai tahun 1986. *Black metal* tercipta karena adanya pengaruh dari musik aliran *Original Hardcore* yang berkembang pada tahun 1980 sampai tahun 1986. Salah satu band yang membawakan jenis musik ini adalah *Misfits*.

Perkembangan musik metal tetap tidak melepaskan unsur utama dari genre musik ini. Permainan dengan tempo yang keras, berat, dan cenderung cepat tetap menjadi ciri khas walaupun ada beberapa dari subgenre metal yang menambahkan beberapa variasi dalam permainannya. Sebagai salah satu contoh, subgenre *melodic metalcore* menggabungkan melodi *death metal*, dengan melodi bentuk *metalcore* generasi sebelumnya dengan memasukkan melodi gitar yang meodius dan *rhytm* gitar yang berat. Hal ini masih ditambah dengan vokal gaya *deathmetal,* dan ketukan drum yang mengambil dari *metalcore* generasi sebelumnya. Subgenre musik *Black metal* ternyata membuat beberapa subgenre

seperti *Grindcore, Norwegian Black metal,* dan terus berkembang hingga kepada subgenre *Deathmetal, Swedish Deathmetal* hingga memberikan pengaruh musiknya kepada subgenre *New Wave of American Metal*.

3.2 Wajah Musik Black Metal

Black metal sendiri pada masa kemunculannya di Skandinavia oleh band *Venom* pada tahun 1982 lewat album berjudul *Black Metal*. Lalu diikuti oleh band-band seperti *Bathory , Mercyfull Fate, Hellhammer,* dan *Celtic Forst.* Hampir semua band-band yang berasal dari daerah Skandivania tersebut aliran musiknya dipengaruhi oleh band *Venom.*



Gambar 3.4 Grup Band Venom

Pada laman *blogspot.com*, pada awal 80an sampai 90an, *black metal* sangat berkembang di daerah Skandinavia karena di populerkan oleh band-band seperti *Bathory, Mayhem, Mercyfull Fate, Hell Hammer,* dan *Celtic Forst*. Jenis musik metal ini juga termasuk jenis metal *underground*.

First Wave of Black metal terjadi pada tahun 1981 sampai tahun 1986. *Norwegian Black metal* berkembang pada tahun 1990 sampai sekarang. Band dengan aliran ini antara lain, *Mayhem, Darkthrone, Immortal, Gorgoroth, Emperor, Satyricon, Enslaved, Dimmu Borgir,* dan *Cradle Of Filth*.



Gambar 3.5 Grup Band Mayhem

Fesyen yang digunakan band-band *black metal* hampir semua bernuansa hitam atau gelap dengan penambahan aksesoris berupa *spike* yang ditambahkan pada pakaian. Aksesoris lain yang dikenakan ialah muka yang sengaja dilukis dan pemakain aksesoris seperti kalung, sebagai contoh menggunakan kalung berbentuk salib namun dipakai terbalik yang melambangkan anti ke-Tuhan-an (Seng, 2007).

Musik *black metal* mempunyai beberapa kesamaan dengan jenis musik metal lainnya seperti *Deathcore*, *Mathcore*, dan *Melodic Metalcore* dalam hal vokal yang mengedepankan *Grawl* (penekanan vokal) dan *Scream* (teriakan). Sebagai contoh musik aliran *melodic metalcore*, aliran musik ini menggabungkan melodi *deathmetal* dengan bentuk *metalcore* generasi sebelumnya. Aliran *melodic metalcore* cenderung memasukkan melodi gitar yang hebat dan *rhytm* gitar yang berat ditambah dengan gaya vokal *deathmetal* dan ketukan drum yang mengambil dari generasi *metalcore* sebelumnya. Berikut ini adalah ciri-ciri permainan band-band *black metal* pada laman wikipedia.com:

Gitar

Cepat, didalam rhytm gitar yang cepat, terselip melodi gitar yang samar-samar dan lama-lama berubah menjadi *alternate picking* dan *tremolo pick*. Distorsi yang banyak memainkan *power chord*. Setelan gitar sama persis seperti death metal, di chord D atau chord C atau lebih rendah lagi.

Drum

Double bass drum sangat tipis jika dimainkan, sangat bertenaga, kadang bersama-sama dengan pukulan snare drum dengan gaya meledak-ledak (hentakan keras). Kadang hanya akan mendengarkan bass drum yang berbunyi sedetik. Kadang, drum juga bisa bermain sangat lambat, tergantung suasana musik. Bahkan ada kalanya band-band seperti *Burzum* atau *Xasthur* sering tidak menggunakan drum di beberapa lagu. Beberapa band menggunakan drum mesin untuk performa lebih baik.

Lirik, Vokal

Beberapa band *black metal* bernyanyi bersatu seperti simponi. Lalu band-band *black metal* menamakannya *Symphonic Black metal*. Banyak juga yang sering dinyanyikan laki-laki dan perempuan seperti lagu-lagu simponi Gregorian. Sering terdapat efek di vokalnya dan membuat suara seperti atmosphere dan menciptakan suasana tersendiri. Lirik sering mengambil kata-kata yang berbau setan, penyembahan berhala, dewa-dewa kuno, tema gaib yang mengutuk agama. Lirik bertema perang, udara dingin, kegelapan, hutan, dan lingkungan alami di Eropa. Berikut adalah bagian lirik lagu dari band Cradle Of Filth dengan judul lagu *Black metal* dari album *Cruetly and The Beast* tahun 1998:

"... Wild is right, metal tonight faster than over the top. Open the door, enter hell's core. Black is the code for tonight. Atomic force, feel no remorse. Crank up the amps now its night. Black metal.. lay down your soul to the god rock n roll. Metal ten fold through tye deadly black hole. Riding hell's stallions

bareback and free. Taking our chances with rew energy. Come ride the night with us. Rock hard and fight. United my legions we stand. Freak hard and wild for us. Give up your soul. Life for the quest satan's band…"
(http://www.darklyric.com/c/cradleoffilth.html)

Lirik aliran musik *black metal* tidak luput dari cinta dan kasih, akan tetapi tidak seperti kisah cinta pria dan wanita. Lirik cinta yang muncul lebih kepada mencintai setan, kehancuran, dan hari pembalasan. Lirik juga menjadi salah satu media penanaman ideologi yang di anut aliran musik ini.

Keyboard

Biasanya setingan keyboard, biola, choir, dan organ menyerupai setelan musik gereja supaya meniru suara kathedral dan orkestra yang terasa sejuk, dingin, samar dan menyedihkan.

Performa

Lebih cenderung bermain gaya dan jarang secara langsung. Beberapa band *black metal* seperti *Darkthrone* menolak untuk bermain langsung. Banyak juga solo *black metal* seperti *Clandestine Blaze, Burzum, Leviathan* dan *Xasthur* juga menolak bermain live karena mereka terdiri dari satu anggota. Tetapi satu band seperti *Satanic Warmaster*, bermain bersama musisi ekstra secara khas demi/untuk maksud kinerja bermain secara langsung. Jumlah band dengan personil penuh, seperti *Borknagar, Immortal, Emperor, Cradle Of Filth, Gorgoroth, Neurotic of Gods, Nosferatu, Ritual Orchestra, Impiety* dan *Dark Funeral* memainkan konser langsung. Dalam hal penampilan rata-rata band ingin memperlihatkan kesan kematian. Kebanyakan anggota band mengecat muka mereka menyerupai mayat, *corpse paint*.



Gambar 3.6 Corpse Paint

Gaya pakaian atau busana pantalon kulit, *spike* aksesori pergelangan. Personil band juga bisa memakai nama-nama samaran seperti yang dipakai oleh band seperti *Venom, Mayhem, Graveland, Godkiller*, dan lain-lain.

3.3 Musik Underground Indonesia

Awal kelahiran *scene* musik *underground* di Indonesia tidak terlepas dari evolusi rocker-rocker pionir rock *underground* era 70-an sebagai pendahulunya. *God Bless, Gang Pegangsaan, Gypsy* (Jakarta), *SAS* (Surabaya), *Giant Step, Super Kid* (Bandung), *AKA Bentoel* (Malang), *Terncem* (Solo), hingga *Rawe Rontek* dari Banten.

Istilah *underground* sendiri sebenarnya sudah digunakan Majalah Aktuil sejak awal era 70-an. Majalah Aktuil merupakan majalah musik dan gaya hidup asal Bandung, yang mengidentifikasikan band-band memainkan musik keras dengan gaya yang lebih “liar” dan “ekstrem” untuk ukuran jamannya (Jube, 2008).



Gambar 3.7 Grup Band God Bless

Wabah musik rock yang melanda dunia ikut merambah dan masuk ke Indonesia. *Deep Purple, Jefferson Airplane, Black Sabbath, Led Zeppelin, Genesis, Kansas, Rolling Stones* hingga *ELP*, diserap dan melahirkan band-band rock pribumi. Lahirlah *El Pamas, Grass Rock* (Malang), *Power Metal* (Surabaya), *Val Halla* (Medan), *Adi Metal Rock* (Solo), hingga *Roxx* band asal Jakarta.



Gambar 3.8 Grup Band Roxx

Pada laman wordpress.com, Kedatangan *Deep Purple* yang merupakan super grup rock saat pada tahun 1975 di Indonesia merupakan peristiwa fenomenal dalam industri musik panggung di Indonesia. Hal ini disebabkan karena pemberitaan media yang bergaung lama. Terutama Majalah Aktuil yang saat itu menjadi "panduan" para pecinta musik Indonesia.

Menjelang Akhir 80-an, di seluruh dunia waktu itu anak-anak muda sedang mengalami demam musik *trash metal*. Sebuah perkembangan *style* musik metal yang lebih ekstrem lagi dibandingkan *heavy metal. Slayer, Metallica, Exodus, Megadeth, Kreator, Sodom, Anthrax* hingga *Sepultura*, mulai dikenal dikota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Malang, Bandung, Yogjakarta, Surabaya, hingga Bali. Musik yang kemudian diserap hingga ke *style* yang melahirkan band-band pribumi yang sangat identik dengan idolanya. *Roxx* (Metallica & Anthrax), *Sucker Head* (Kreator & Sepultura), *Commotion Of Resources* (Exodus), *Painfull Death, Rotor* (Kreator), *Razzle* (GN'R), *Parau* (DRI & MOD), *Jenazah, Mortus hingga Alien Scream* (Obituary).



Gambar 3.9 Grup Band Parau

Dalam perkembangannya beberapa band kemudian membentuk band baru. *Commotion Of Resources* adalah cikal bakal band *gothic metal*, Getah,

sedangkan Parau adalah embrio band *death metal* Alien Scream. Dari sedemikian panjang perjalanan rock *underground* di tanah air, mungkin baru di paruh dekade 90-anlah mulai banyak terbentuk *scene-scene underground* di Indonesia. Pada era ini musik metal masih diminati, adalah sub-genre yang makin ekstrem yaitu *death metal, brutal death metal, grindcore, black metal* hingga *gothic/doom metal*.

3.4 Musik Underground Bandung

Perjalanan musik *underground* di Bandung cukup panjang, Jika dirunut pada sejarah masuknya musik rock ke Indonesia, khususnya kota Bandung, diawali sejak tahun 70-an. Musik rock yang masuk ke Indonesia adalah musik rock yang berasal dari benua Amerika dan Eropa. Pada tahun 1994 sebuah studio musik legendaris Reverse di daerah Sukasenang yang menjadi akar scene rock *underground* Bandung. Pembentukkan studio ini digagas oleh Richar Mutter dan Helvi. Ketika semakin berkembang Reverse lantas melebarkan sayap bisnisnya dengan membuka distri yang menjual CD, kaset, poster, t-shirt, serta aksesoris impor lainnya. Richard juga sempat membentuk label *indie* 40.1.24 yang dirilisan pertamanya di tahun 1997 adalah kompilasi CD yang bertitel "*Masaindah-bangetsekalipisan*". Band-band *indie* yang turut serta antara lain *Burgerkill, Puppen, Papi, Rotten To The Cure, Full of Hate,* dan *Waiting Room,* sebagai satu-satunya band *indie* dari Jakarta (Jube, 2008).

Ketika pada tahun akhir 80-an arus globalisasi ikut melanda Indonesia. Investasi asing mulai masuk seiring dengan masuknya IMF ke Indonesia. Dan hal tersebut mulai berdampak bagi perkembangan musik '*underground*' di Indonesia, khususnya di kota Bandung. Arus informasi yang kuat telah mendorong beberapa majalah dan rilisan kaset '*underground*' dari luar negeri mulai masuk dan banyak dikonsumsi oleh musisi di Bandung.

Hal ini jelas berdampak pada perilaku masyarakat secara umum. Muncul konflik-konflik kepentingan lokal dalam menyikapi masalah tersebut. Pemuda sebagai bagian dari sebuah struktur masyarakat menyikapi masalah tersebut dengan mencari saluran-saluran ekspresi yang dinilai bisa mewakili gejolak perasaan mereka. Maka musik metal dijadikan media berekspresi yang dinilai sesuai dengan kondisi keresahan mereka. Musik yang cepat, agresif serta lirik-lirik protes yang sarkastik menjadi pelarian mereka.

Hampir semua fenomena yang ada di Bandung mulai dari bidang musik dan bidang ekonomi kreatif di kota Bandung, dengan kata lain, Bandung menjadi episentrum dari perkembangan musik dan bidang ekonomi kreatif dan menular ke kota-kota besar lainnya di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, dan Yogyakarta. Pada *Ripple Magazine*, edisi 58, Burgerkill band asal kota Bandung merupakan band *indie* label pertama yang menandatangani kontrak dengan label besar Sony Music Indonesia. Bahkan album Burgerkill yang berjudul "Berkarat" mendapat penghargaan dalam ajang Anugerah Musik Indonesia 2004 dalam kategori *Best Metal Production.* Sebelum akhirnya meninggalkan label Sony Music Indonesia setelah merasa tidak lagi sejalan, ini pula yang mendasari lahirnya label Revolt! Record yang menaungi album mereka yang berjudul *Beyond Coma And Despair*. Album ini dinobatkan majalah Rolling Stones sebagai salah satu dari 150 album sepanjang masa di Indonesia.



Gambar 3.10 Grup Band Burgerkill

Tidak diragukan lagi kalau Bandung menjadi kiblat fesyen untuk kota-kota lain di Indonesia. Hal ini melahirkan suatu gagasan ekonomi kreatif, menjamurnya distro-distro dikota Bandung dan dicontoh oleh kota-kota besar lain di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Dan Yogyakarta. Tidak hanya sampai disitu, perkembangan musik di Bandung mulai melahirkan band-band besar yang dulunya berangkat dari jalur *indie*, seperti *Kuburan* dengan gaya berdandan mereka yang unik dengan mengecat muka personil dengan gaya *Corpse Paint* dan *The Changcuters* yang menyuguhkan fesyen dan gaya rambut unik tiap personelnya.



Gambar 3.11 Grup Band Kuburan

3.5 Komunitas Underground Bandung

Komunitas merupakan salah satu sarana atau wadah berkumpul bagi kaum muda kota Bandung pada khususnya. Pada umumnya komunitas ini lahir dari keinginan untuk membentuk suatu wadah berbasis komunitas yang mempunyai kesamaan pandangan dan tujuan yang sama. Pada laman apokalip.com, Era 1996 hingga 1997 komunitas musik *underground* di Bandung mengalami masa perkembangan yang pesat. Konsep kolektivisme dan DIY (*Do It's* Yourself) mulai banyak direalisasikan dalam berbagai bentuk kegiatan kongkret. Dari mulai membuat perusahaan rekaman berbasiskan *indie* label lengkap dengan konsep distribusi dan promosinya, pembuatan *merchandise* band, pembuatan media informasi komunitas berupa *fanzine*, hingga kepada penggarapan event yang mengandalkan semangat kolektivisme. Jenis karya musik yang dihasilkan

makin beragam dan cenderung makin agresif. Lirik yang diproduksi mulai banyak menyentuh hal-hal yang sifatnya politis. Banyak lirik pada saat itu yang bercerita tentang nasib buruh, petani, dan kaum miskin kota. Dengan frontal mulai melakukan kritik-kritik terhadap pemerintah yang dinilai gagal mengatasi krisis. Industri musik mainstream pada saat itu sedang dilanda kejenuhan pasar.

Begitu banyak komunitas di Bandung yang mulai terbentuk, seperti *Muda-Mudi Margahayu, P.I., Bandung Minoritas, Campur Aduk, Komunitas Ujungberung, Komunitas death Metal Cihampelas*, dan lain-lain. Komunitas Ujungberung banyak mengalami kemajuan yang signifikan. Banyak band-band baru terbentuk dengan semangat dan idealisme yang tinggi. Beberapa band seperti *Jasad, Sacrilegious, Sonic Torment, Burgerkill* dan *Forgotten* telah mampu memproduksi dan mendistribusikan album perdana secara *independen*. Komunitas Ujungberung mulai membangun basis ekonomi komunitas sebagai bagian dari pemberdayaan ekonomi komunitas dengan cara membangun distro *Rebellion* dan *Riotic* yang khusus menjual produk-produk band Ujungberung dan komunitas musik lain di Bandung.



Gambar 3.12 Distro Riotic

Komunitas Ujungberung sendiri sejak tahun 2004 hingga sekarang telah terbangun beberapa unit bisnis yang berbasiskan komunitas. Dari mulai usaha sablon, distro, konveksi pakaian, studio rekaman, perusahaan rekaman

indiependen, jasa distribusi, studio rekaman, usaha penerbitan, toko buku dan *warnet*. Semuanya murni dikelola oleh para pelaku komunitas *underground* Ujungberung dan melibatkan tenaga kerja dari lingkungan yang sama. Semuanya saling bersinergi dan menciptakan perbaikan ekonomi minimal bagi para individu dan internal komunitas.

Salah satu tempat atau wadah berkumpul komunitas yang ada di kota Bandung adalah *Common Room Network Foundation* yang terletak di jalan Kyai Gede Utama No.8 Bandung.



Gambar 3.13 Common Room

Komunitas-komunitas *underground* yang ada di Bandung sering membuat *event-event* musik *underground* sebagai salah satu sarana berkumpul komunitas. *Event* musik yang sering di gelar antara lain *Hullaballo, Bandung Berisik, Bandung Deathfest, Bandung Underground* yang di organisir komunitas Muda-Mudi Margahayu, *Gorong-gorong Bandung* yang di organisir komunitas punk P.I., *Bandung Minoritas, Campur Aduk,* dan lain-lain.



Gambar 3.14 Event Musik Bandung Deathfest

Industri kreatif semacam *distro* yang terlahir dari komunitas *underground* Bandung menjadi salah satu jembatan ideologi, selain *fanzine, event* musik, dan *website-website* komunitas *underground* Bandung. *T-shirt* sebagai *merchandise* band-band *underground* Bandung yang di jual *distro-distro* menjadi bentuk kecil penanaman ideologi musik mereka. Secara di sengaja maupun tidak, *t-shirt* sudah menjadi media komunikasi mereka.

Bahkan pembuat *t-shirt merchandise* sekaligus gitaris band *Burgerkill,* Ebben menganggap bahwa apa yang dia buat bersifat *sakral.* Fenomena media komunikasi ideologi musik mereka tidak hanya lewat *t-shirt* tetapi juga melalui lirik-lirik lagu. *T-shirt* hanya menjadi bagian kecil berupa media komunikasi ideologi musik tetapi memiliki peran yang besar. Grup band *Forgotten* misalnya, pada salah satu visual *t-shirt merchandise* mereka, menampilkan sosok Viking yang pada ideologi musik *black metal* kebudayaan Viking masuk kedalam ideologi musik *black metal.*

BAB IV
FENOMENA KORELASI & KOMUNIKASI IDEOLOGI

4.1 Analisis Fenomena Tanda Konser Musik

Menurut Kamus Bahasa Indonesia (1976), fenomena adalah hal-hal yang dapat disaksikan dengan pancaindera dan dapat diterangkan serta dinilai secara ilmiah (gejala). Sedangkan menurut C.S. Pierce dalam John Fiske, tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk sesuatu dalam beberapa hal atau kapasitas. Pengertian diatas dapat memberikan pemahaman bahwa fenomena tanda adalah suatu kejadian atau peristiwa yang melibatkan unsur-unsur atau kumpulan tanda sebagai penunjuk didalamnya.

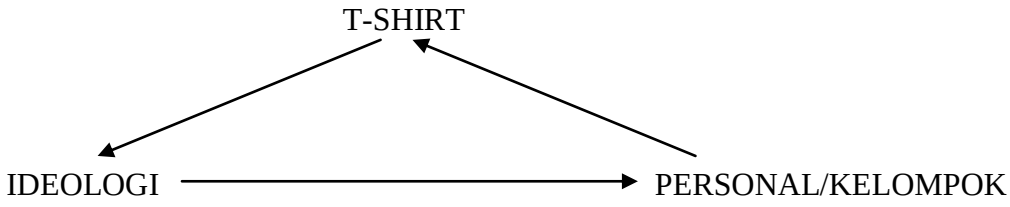
Konser musik *black metal* merupakan salah satu fenomena tanda karena didalamnya terdapat kumpulan-kumpulan tanda dimana tanda-tanda tersebut dapat dilihat dari mulai pemain musik, pengunjung konser, dan media pendukung konser seperti spanduk. Bahkan *t-shirt* yang dikenakan individu-individu merupakan tanda.

4.2 Fenomena Tanda

konser musik *black metal* merupakan suatu bentuk fenomena yang melibatkan beberapa aspek didalamnya. Aspek-aspek tersebut dilihat dari kumpulan tan-tanda yang muncul pada saat konser. Ketiga aspek tersebut antara lain:

A. Pengunjung konser (personal atau kelompok).
B. *T-shirt* pengunjung konser.
C. Ideologi musik *black metal*.

Jika digambarkan, maka hubungan ketiga aspek tersebut akan membentuk hubungan sebagai berikut ini.



Fenomena tanda diatas dapat dikaitkan dengan konteks komunikasi, sehingga akan muncul suatu hubungan yang saling mempenggaruhi antara ketiga aspek. Mulai dari latar belakang, pesan/informasi, dan maksud atau tujuan. Pemaparan ketiga aspek tersebut akan tampak jelas dengan menggunakan aspek pendukung sehingga akan terlihat suatu bentuk korelasi.

4.3 Komunikasi Ideologi Musik Black metal

Dalam konteks komunikasi, *t-shirt* pengunjung konser musik *black metal* merupakan tanda yang dibaca secara visual untuk menyampaikan suatu pesan. Pemakaian *t-shirt* dengan variasi visual tertentu tidaklah dilakukan dengan tanpa sengaja. Pasti ada sesuatu yang melatarbelakangi atau alasan didalamnya. Latar belakang atau alasan inilah yang coba di bangun dan disampaikan oleh pemakai lewat *t-shirt.* Melihat dari fungsi dan model komunikasi yang muncul pada *t-shirt,* komunikasi visual adalah salah satu metode yang digunakan dan coba dibangun.



Gambar 4.1 Pengunjung Konser

Pemakaian *t-shirt* dengan variasi visual tertentu tidaklah dilakukan dengan tanpa sengaja. Terdapat sesuatu yang melatarbelakangi atau alasan didalamnya. Latar belakang atau alasan inilah yang coba di bangun dan disampaikan oleh pemakai lewat *t-shirt.* Melihat dari fungsi dan model komunikasi yang muncul pada *t-shirt,* komunikasi visual adalah salah satu metode yang digunakan dan coba dibangun.

4.4 Fenomena Korelasi Ideologi

Pemahaman korelasi dapat dijabarkan sebagai penghubung dari beberapa aspek yang muncul dan terjadi serta saling berkaitan antara satu dengan yang lain. Pada laman wikipedia.com, ideologi merupakan ide atau gagasan. Fenomena konser musik *black metal* merupakan sekumpulan tanda yang memiliki muatan pesan atau pemahaman terhadap ideologi yang saling berkaitan dan mempengaruhi.. Ideologi yang muncul pada saat konser *black metal* terdiri dari tiga aspek ideologi, antara lain:

1. **Ideologi Musik Black Metal**

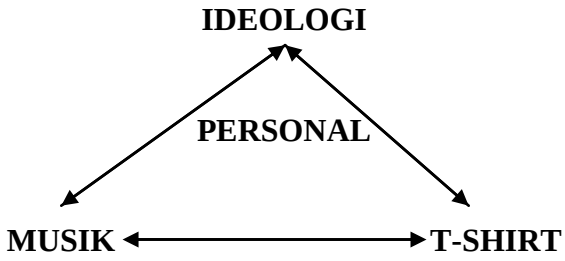
   Aliran musik *black metal* memiliki pemahaman ideologi yang dikaitkan dengan kepercayaan kuno, mitos, kematian, ketakutan, simbol-simbol anti ke-Tuhan-an dan sejarah tempat lahir musik ini.

2. **Ideologi Personal/kelompok** (pengunjung konser musik)

   Personal atau kelompok yang memakai *t-shirt* menempatkan ideologi pribadi mereka pada saat memilih *t-shirt* saat mendatangi konser musik *black metal.*

3. **Media Ideologi** (*t-shirt*, sebagai media komunikasi ideologi)

   t-shirt didalamnya sebaga media penyampaian pesan. Gambar atau visual *t-shirt* lebih diarahkan kepada komunikasi visual yang bersifat non verbal.



Gambar 4.2 Korelasi Ideologi

Ketiga aspek ideologi di atas saling berhubungan dan mempengaruhi ideologi satu dengan ideologi lainnya sesuai dengan porsi dan fungsinya masing-masing.

4.4.1 Ideologi Musik Black Metal

Ideologi musik dapat di lihat dari apa yang menjadi latar belakang terciptanya suatu aliran musik. Skandinavia menjadi awal kelahiran musik *black metal*, bangsa Viking yang pernah ada di Skandinavia menjadi titik awal dari tatanan musik aliran *black metal* bahkan keadaan alam pada saat itu turut memberikan warna kedalam musik *black metal*.



Gambar 4.3 Ilustrasi Bangsa Viking

Musik black metal identik dengan nuansa kepercayaan, mitos-mitos, simbol-simbol, pemujaan setan, dan anti ke-Tuhan-an.



Gambar 4.4 Penggambaran Setan Baphomet

Baphomet merupakan Lambang Satanisme tradisional dalam dewa Romawi kuno. Pada waktu itu, Baphomet menjadi lambang bagi orang yang memuja setan. Pemakaian simbol-simbol seperti salib terbalik atau kepala kambing juga mengacu kepada aliran *black metal.*



Gambar 4.5 Lambang Kambing Mendes

Lambang Kambing Mendes menjadi simbol kejahatan, keganasan, dan ruh jahat. Kepala kambing telah digunakan oleh para pemuja setan sejak ribuan tahun yang lalu. Berdasrkan penelitian menyebutkan bahwa praktik memuja kepala kambing telah ada di Lembah Euphartes dan Tigris sejak 6000 tahun yang lalu (Seng, A.W, 2007).

Hal ini mempengaruhi personil yang membawakan aliran musik *black metal*, adalah Dead, personil grup band *Mayhem* dalam film dokumenter *Black Metal Satanica* menganggap dirinya bukan bagian dari manusia, dan tidak seharusnya ada di dunia, serta beranggapan bahwa dia akan segera meninggalkan dunia untuk kembali dimana seharusnya dia berada, sebelum pada akhirnya Dead memutuskan untuk bunuh diri dengan menembak kepalanya sendiri. Bahkan tindakan radikal mereka sampai kepada pembakaran gereja.

4.4.2 Ideologi Personal/Kelompok

Manusia merupakan mahluk sosial yang hidup dalam suatu tatanan yang sudah ada di masyarakat. Ideologi ini lebih ke arah perseorangan. Ideologi personal atau kelompok mempengaruhi setiap tindakan atau perilaku yang dilakukan. Ideologi personal berbeda-beda, sedangkan ideologi kelompok bisa dikatakan sebagai kumpulan dari pelbagai ideologi personal-personal yang menyatu ke dalam satu kesatuan untuk menuju pada satu pemahaman ideologi.

Contoh sederhana ideologi personal dapat dipengaruhi ideologi lain seperti pada contoh kasus sederhana seperti ini, saat akan memilih *t-shirt* untuk mendatangi konser musik *black metal,* begitu banyak pilihan yang muncul tetapi akan menetapkan pada satu pilihan yang menurut pemikiran personal tersebut layak atau bisa dan dapat masuk untuk menonton konser musik *black metal,* tampak samar-samar, ideologi musik *black metal* memberikan penanaman ideologi ke ideologi personal.

Sedangkan contoh kasus ideologi kelompok dapat dilihat pada komunitas atau organisasi yang ada di masyarakat, suatu komunitas atau organisasi merupakan kumpulan dari pelbagai ideologi-ideologi personal dan menyatu pada satu ideologi untuk membentuk organisasi atau komunitas. Ideologi negara Indonesia adalah Pancasila, ideologi ini yang digunakan untuk membentuk sistem atau peraturan-peraturan dalam negara Indonesia.

4.4.3 Media Ideologi

Terkadang suatu ideologi membutuhkan suatu media untuk penyampai pesan yang berisi kandungan ideologi di dalamnya. Media ideologi ini bisa dalam berbagai macam bentuk selama masih bisa atau masih dapat beradaptasi dengan ideologi apa yang akan disampaikan. Gaya berbusana personil *black metal* merupakan salah satu representasi ideologi musik *black metal.*



Gambar 4.6 Grup Band Dimmu Borgir

Selain gaya busana, unsur-unsur yang ada di musik *black metal* seperti lirik menjadi media ideologi *black metal*.

Contoh sederhana media penyampaian ideologi adalah *t-shirt,* visual pada *t-shirt* memiliki muatan ideologi di dalamnya. *T-shirt* dengan visual suatu grup band misalnya, menampilkan visual yang terkait dengan yang menjadi ideologi bermusik grup band tersebut dan tetap menimbang ideologi lain didalamnya, semisal ideologi personal dari pembuat *t-shirt* tersebut. Pembuat atau desainer *t-shirt* dalam proses pembuatannya hanya sebagai *Visualiser* saja tetapi ada juga pembuat *t-shirt* yang menggangap bahwa ide visual yang muncul bersifat sakral, akan tetapi tidak dengan

fesyen apresiator yang memakai ideologi pribadi/kelompok pada saat pemilihan atau memakai *t-shirt* dan kesemuanya dilakukan bukan tanpa alasan.

Pembuat atau desainer *t-shirt* dalam proses pembuatannya hanya sebagai *Visualiser* saja tetapi ada juga pembuat *t-shirt* yang menggangap bahwa ide visual yang muncul bersifat sakral, akan tetapi tidak dengan fesyen apresiator yang memakai ideologi pribadi/kelompok pada saat pemilihan atau memakai *t-shirt* dan kesemuanya dilakukan bukan tanpa alasan.

4.5 Media Komunikasi Ideologi Black Metal

Penyampaian komunikasi ideologi musik *black metal* tidak hanya ditunjukkan lewat musik tetapi juga melalui media *t-shirt.* Akan tetapi dalam konteks ini, komunikasi yang coba disampaikan lebih ke arah visual *t-shirt* yang mencakup gambar, tulisan, atau gabungan keduanya dengan pemiihan warna sebagai pendukung pesan.

Komunikasi visual bersifat non verbal yang hanya berupa tulisan, gambar atau gabungan keduanya dapat dilihat sangat jelas terlihat pada saat konser musik *black metal*. Bebarapa *t-shirt* menunjukkan indikasi hubungan dan saling mempengaruhi antara ideologi yang satu dengan ideologi yang lain tersebut terutama ditunjukkan pada visual *t-shirt* pengunjung konser *black metal.*

4.4.2 Visual T-shirt Black Metal

Terlihat jelas kekuatan non verbal (tulisan) yang muncul sebagai bahasa visual dengan *t-shirt* sebagai media penyampaian pesan. Tulisan *"**Now Where's your GOD!!**"* (dimana Tuhan kamu sekarang!!) pada *t-shirt* sebagai bentuk penanaman ideologi musik *black metal* terkait pada anti ke-Tuhan-an.



Gambar 4.7 *Now Where's Your God!!*

Black metal sering melakukan tindakan-tindakan yang menurut mereka meupakan suatu hal yang di anggap benar dengan alasan atau lebih karena kepada kebencian, seperti contoh, kebencian terhadap satu atau bahkan semua agama yang ada di dunia.

Pada *t-shirt* diatas yang merupakan sedikit bentuk komunikasi ideologi *black metal* sangat nyata kaitannya dengan ketidak percayaan akan Tuhan dan lebih memilih untuk menyembah setan, Komunitas *black metal* percaya bahwa jika mereka menyembah setan maka akan diberikan keselamatan dan di jauhkan dari kehancuran.

Fenomena menarik lain yang terjadi saat konser *black metal* ialah pengunjung memakai *t-shirt* dengan visual band yang membawakan aliran *black metal*, *t-shirt* dengan visual band yang memberikan pengaruh musiknya kepada band *black metal*, dan memakai *t-shirt* dengan penggambaran semisal tengkorak, api, setan, dan lain-lain yang bisa masuk ke pemahamn atau ideologi atau merupakan representasi *black metal* menurut ideologi personal/kelompok itu sendiri.



Gambar 4.8 T-shirt Grup Band Anthrax

4.4.3 Simbol Black Metal

Pengunjung konser musik *black metal* banyak ditunjukkan dengan pemakaian visual tanda atau simbol-simbol yang ada pada tatanan ideologi musik *black metal* seperti salib terbalik sebagai simbol anti ke-Tuhan-an dan kecintaan mereka terhadap iblis atau **bintang segilima** sebagai bentuk pemahaman yang setiap sudutnya mengandung lima unsur (bumi/tanah, air, api, angin, dan semangat/ruh) kelima unsur tersebut dalam pemahaman *black metal* harus diarahkan pada kejahatan agar melancarkan setan berkuasa di dunia dan mengendalikan manusia (Seng, A.W. 2007).



Gambar 4.9 Bintang Segilima Terbalik

Ann Wan Seng dalam bukunya menjelaskan bahwa bintang segi lima adalah simbol purba yang dikenal sebagai *pentalpha*. Segi yang terangkat ke atas mewakili simbol kesucian dan kebaikan, sedangkan dua segi yang menghadap ke bawah merupakan simbol kambing Mendes yang mewakili setan, kambing Mendes adalah simbol kemalangan dan kematian.

Simbol bintang segi lima tersebut sengaja di balik dalam ideologi *black metal* dengan pemahaman menempatkan kambing Mendes sebagai simbol kemalangan dan kematian berada di posisi atas dan simbol kesucian dan kebaikan berada di bawanya.

Gambar diatas merupakan representasi ideologi musik *black metal* dengan menggunakan media *t-shirt* sebagai penyampaian pesan yang dipakai oleh pengunjung konser musik *black metal*. *T-shirt* merupakan bentuk kecil dari media komunikasi yang dipakai sebagai penyampaian ideologi musik *black metal*.

4.4.4 Warna Dominan Black Metal

Black metal tidak mengenakan pakaian yang berwarna-warni. Warna utama dan pilihan mereka adalah hitam. Mereka beranggapan bahwa warna hitam sesuai dengan sifat-sifat setan yang identik dengan kegelapan



Gambar 4.10 *T-shirt* Warna Hitam

Warna *t-shirt* pengunjung konser turut menjadi bagian dalam pemahaman ideologi musik *black metal*, jika di kaji lebih teliti. Dalam ideologi *black metal*, warna hitam identik dengan kematian dan kegelapan. Selain dari pada itu, *T-shirt* yang memakai warna hitam diasumsikan sebagai nuansa kegelapan dan alam tempat kelahiran musik *black metal* yakni Skandinavia yang kerap berhubungan dengan bangsa Viking.

Alam Skandinavia pada masa Viking digambarkan dengan keadaan yang berkabut, gelap, dan dingin diapresiasikan pada unsur-unsur musik (tempo, ketukan, lirik, dan vokal) yang cenderung keras dan kerap disandingkan dengan kebudayaan bangsa Viking yang senang akan peperangan dan kekerasan. Warna hitam juga pernah digunakan Anton S. LaVey (pendiri

gereja setan dan pengarang *Bible Satanic*) untuk mengecat gereja yang dia bangun di San Francisco pada tahun 1966.

Penjabaran di atas memberikan sedikit penjabaran tentang korelasi ideologi musik *black metal* dengan penggunaan media komunikasi sebagai penyampaian pesan. Selain musik, *t-shirt* menjadi media komunikasi yang bisa bekerja dengan konteks visual.

Personal yang mempunyai ideologi masing-masing bisa menyatukan ideologi mereka selama ideologi tersebut masih bisa diterima ideologi tiap personal, sebagai contoh, pemakaian *t-shirt* warna hitam saat konser musik *black metal* disini ideologi tiap-tiap personal di pengaruhi oleh ideologi musik *black metal*.



Gambar 4.11 Komunitas *Underground*

Jauh dari fungsi utamanya, *t-shirt* juga bisa berperan sebagai media komunikasi untuk penyampaian pesan atau ideologi yang semuanya terkandung kedalam visual *t-shirt* yang memiliki muatan ideologi lebih dari satu karena terdapat ideologi berbeda yang mempengaruhinya dan saling berhubungan.

BAB V
KESIMPULAN DAN KORELASI KOMUNIKASI

Dari hasil penelitian dan analisa terhadap *t-shirt* sebagai media komunikasi ideologi musik metal pada komunitas *underground* Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

- **T-shirt**

  T-shirt merupakan bagian dari fesyen yang fungsi utamanya sebagai penutup tubuh. Korelasi terhadap komunikasi dapat memberikan penjabaran bahwa *t-shirt* sebagai sarana atau media komunikasi dalam bentuk visual yang bersifat non verbal (hanya berupa gambar, tulisan, atau gabungan keduanya).

- **Komunikasi**

  Komunikasi merupakan bagian yang tidak terlepas dari aspek kehidupan manusia untuk hal penyampaian pesan. Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi visual yang kekuatan bahasa penyampaian pesan terletak pada visual.

- **Ideologi Musik *Black metal***

  Black metal merupakan salah satu subgenre musik yang berakar dari genre musik metal. Ideologi bermusik yang diterapkan dalam *black metal* mengarah kepada kebudayaan dan metodologi bangsa Viking. Alam Skandinavia pada masa Viking yang dingin, berkabut, dan gelap diterapkan kepada aspek musik *black metal* mulai dari tempo, ketukan, dan lirik. Pemahaman terhadap anti ke-Tuhan-an dalam musik *black*

metal terinterprestasikan kepada simbol-simbol yang dikaitkan seperti salib terbalik dan bintang segilima.

5.2 Korelasi Komunikasi

Ketiga aspek antara *t-shirt*, komunikasi, dan ideologi musik *black metal* memiliki hubungan dalam konteks komunikasi, ideologi personal/kelompok termasuk kedalamnya. *T-shirt* sebagai media untuk penyampai pesan-pesan ideologi musik *black metal*. Visual *t-shirt* yang muncul dengan menampilkan simbol-simbol yang identik dengan ideologi *black metal* memberikan pesan dalam bentuk komunikasi visual.

t-shirt bisa menjadi ’jembatan’ komunikasi untuk itu. Tetapi dibutuhkan pemahaman untuk dapat mengartikan pemahaman terhadap ideologi musik *black metal* yang di interprestasikan didalamnya.

Secara tidak langsung, penanaman ideologi musik *black metal* melekat pada individu-individu yang memakai *t-shirt* bernuansakan ideologi *black metal*. *T-shirt* merupakan bagian kecil dari bentuk komunikasi ideologi *black metal* yang mempengaruhi ideologi personal/kelompok selain terletak pada unsur-unsur musik *black metal* yang mencakup tempo, ketukan, dan lirik-liriknya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Barnard, Malcolm. (1996). *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Fiske, John. (2004). *Cultural And Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.

Jube. (2008). *Musik Underground Indonesia: Revolusi Indie Label*. Yogyakarta: Harmoni.

Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

LP3ES. (2005). *Soe Hok Gie: Catatan Seorang Demonstran*. Jakarta: Pustaka LP3ES.

Safanayong, Y. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.

Seng, A.W. (2007). *Membongkar Kesesatan Black metal*. Bandung: MQ Publishing.

Susilo, T.A. (2009). *Kultur Underground: Yang Pekak Dan Berteriak Di Bawah Tanah*. Yogyakarta: Garasi.

Film Dokumenter:

Lugdberg, M. (2008). *Black Metal Satanica*. Doom Films. Cleopatra Record: USA.

Internet:

Addy. 2008 (11 Agustus). *Underground* Kita berbeda. Tersedia di: http://www.apokalip.com. (11 Januari 2010).

Chibal123. 2009 (16 Juli). 2009 Tahun Kebangkitan Bandung Death Metal. Tersedia di: http://www.wordpress.com. (20 Desember 2009).

Pratama. 2006 (26 Juli). Sejarah Musik Rock Indonesia. Tersedia di: http://www.blogspot.com. (30 Januari 2009).

Kamus:

Wasito, T.W. & Wojowasito, S. (1980). *Kamus Lengkap: Inggeris – Indonesia. Indonesia – Inggeris*. Bandung: Hasta.

Poerwarminta, W.J.S. (1976). *Kamus Umum Bahasa Indonesia.* Jakarta: Balai Pustaka.

Majalah:

Ripple Magazine. Edisi 58. Bandung

Hai Star. (2008). *Now that's What We Call Metalcore*.

Sumber Lain:

www.burgerkillofficial.com. (15 Januari 2010).
www.darkliryc.com/c/cradleoffilth. (15 Januri 2010).
www.wikipedia.com. (13 Januari 2010).