

MEMAHAMI POLA KOMUNIKASI KELOMPOK ANTAR ANGGOTA KOMUNITAS PUNK DI KOTA SEMARANG

Aditya Oktendy Saputra
(toysfactoryrunner@yahoo.com)
(Alumni Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Semarang)

Abstract

Communications between members of the community in Semarang City Punk and How to use the Punk communication media in the city of Semarang by its members, in order to maintain harmony among communities. The population in this study were community members who live in areas Punk Genuk in the city of Semarang. While as many as 5 samples taken by the informant in-depth interview technique (depth-interview). The pattern of communication is known that a person's personality represents a real community members. the Punk community to gain acceptance from other members, an individual is forced to follow the pattern of communication other community members, so that communication patterns can be understood by everyone or is universal. And by using various social networking Punk community members can communicate with their comrades from other communities to get out of town, in order to maintain the relationship, strengthen kinship and closeness even though they do not have long to meet.

Keywords: *Group communication, Punk community, The pattern of communication.*

kaum buruh yang mempunyai pandangan yang sama terhadap tindakan

PENDAHULUAN

Pada awal kemunculannya, *Punk* merupakan sebuah gerakan perlawanan yang dilakukan oleh sekelompok buruh di Inggris yang tidak puas dengan sistem sosial yang berlaku pada saat itu yang mengelompokkan masyarakat menjadi dua golongan, yaitu kaum pengusaha (pemilik modal) dan kaum pekerja. Ketidakpuasan para buruh terutama diakibatkan oleh perlakuan masyarakat kelas pengusaha terhadap kelas pekerja. Kesenjangan sosial yang terjadi dan eksploitasi yang dilakukan kaum pengusaha terhadap kaum buruh menimbulkan perasaan senasib diantara para buruh dan kemudian melahirkan sebuah pergerakan yang menentang sistem kapitalisme. Pergerakan tersebut kemudian membentuk sebuah komunitas yang anggotanya terdiri atas

sewenang-wenang para pemilik modal. Dengan menganut prinsip *Do It Yourself* dan *Equality*, gerakan resistensi radikal yang kemudian menjadi budaya penentang tersebut dikenal sebagai *Punk* (www.punkpages.cjb.net / 10 Mei 2011 23.00 WIB).

Pergerakan *Punk* di Indonesia telah masuk sejak tahun 1970-an tetapi baru benar-benar meledak pada tahun 1990-an. Hal ini disebabkan oleh ekspos media massa terhadap komunitas *Punk* yang baru terjadi pada pertengahan 1990-an dan kemudian mengubah pergerakan resistensi radikal menjadi sebuah budaya *trend* global dari kapitalisme.

Disebut demikian karena, sekarang anak-anak muda yang mengikuti pergerakan *Punk* hanya sebatas penampilan luarnya saja dan tidak tahu apapun mengenai *Punk* itu sendiri kecuali anarkisme yang sering identik dengan komunitas *Punk*. Padahal, anarki menurut *Punk* adalah anarki dalam cara berpikir dan bagaimana *Punk* bisa melakukan pemberontakan dengan cara sendiri.

Menurut Yasraf Amir Piliang dalam *Beyond the Barbed Wire* (2005) *punk* lahir tanpa substansi sejak awal. Ia tidak lahir dari sebuah bentuk resistensi, melainkan dari sebuah kerinduan akan sebuah bentuk representasi baru saat ada hal lama yang dapat merepresentasikan diri kita lagi.

Maka tidak mengherankan apabila hal-hal yang substansial baru hadir bertahun-tahun setelah *punk* dikenal secara musikal dan dalam konteks fashionnya. (deathlock.wordpress.com/2007/11/26/kekuatan-opresif-kelompok-mayoritas/. 10 Mei 2011 pukul 23.30 WIB).

Terkait dengan sejarah pergerakan *Punk*, anggota komunitas *Punk* menuangkan ideologi pergerakan mereka melalui simbol-simbol yang sampai sekarang tetap melekat dan menjadi identitas dari komunitas *Punk* di seluruh pelosok wilayah. Simbol-simbol tersebut dituangkan melalui gaya hidup, cara berpakaian dan jenis musik yang dimainkan oleh anak-anak *Punk*.

Cara berpakaian anak-anak *Punk* yang cenderung lusuh dan terlihat menyeramkan karena berbagai macam aksesoris yang tidak biasa digunakan oleh anak-anak muda pada umumnya mempunyai arti khusus dan berhubungan erat dengan sejarah awal pergerakan *Punk*.

Bukan karena keinginan untuk tampil beda dan untuk menarik

perhatian saja. Simbol-simbol tersebut antara lain sepatu *boots Doc Mart* yang melambangkan kaum buruh itu sendiri sebagai penggagas pergerakan *Punk*, sedangkan celana jins ketat yang panjangnya di atas mata kaki dengan jas dan dasi yang sering dikenakan oleh para *Rude Boy* (komunitas *Ska/Tutons*) dimaksudkan untuk menyindir kaum *Borjouis*. Gaya rambut *Mohawk*, *safety pin*, kalung anjing dan gelang *spike* melambangkan perlawanan terhadap kemapanan dan modernisasi.

Komunitas *Punk* lahir di jalanan dan anggota dari komunitas tersebut juga merupakan orang-orang jalanan, maka tempat berkumpul anak-anak *Punk* adalah di jalan. Tempat yang biasa digunakan untuk berkumpul (dalam istilah komunitas *Punk* disebut sebagai *nye-treet*, diambil dari kata *street* yang berarti jalan) adalah di perempatan jalan dan sekitar pinggiran pusat keramaian, dimana mereka juga mencari uang dari mengamen.

Di Semarang, perempatan-perempatan jalan yang sering digunakan untuk *nye-treet* antara lain di lampu merah Genuk Sayung, ruko pertokoan dekat masjid Panut lampu merah Palebon Pedurangan, Depan McD Mall Ciputra (*Total Spike/TS*), serta Taman Singosari yang biasa disebut *Tamsing* depan Wonderia. Berdasarkan lokasi *nye-treet* tersebut maka muncul istilah *Punk Cah Genuk*, *Punk Cah Tamsing*, *Punk Cah Palebon* atau pun *Punk Cah TS/Total Spike*.

Penamaan komunitas *Punk* di masing-masing daerah tersebut bukan dimaksudkan sebagai pembatas atau tindakan pengkotak-kotakan komunitas sebab pada dasarnya anak-anak *Punk* yang ada di *scene* Semarang adalah orang-orang yang sama apa pun sebutannya dan menjadi satu komunitas. Pemberian nama itu hanya untuk memudahkan dalam mengidentifikasi

lokasi yang menjadi tempat *nye-treet* anak-anak *Punk*.

Dalam kehidupannya anak-anak *Punk* yang mempunyai kegiatan *nye-treet* tersebut sering dikenal dengan istilah '*Street Punk*'. Dalam pergerakan *Punk* terdapat berbagai macam jenis *Punk* dengan aliran musik yang berbeda. Namun, inti dari pergerakan *Punk* itu sendiri apa pun jenis alirannya adalah sama yaitu '*Do It Yourself*'. Idealisme tersebut seolah menjadi sebuah harga mati bila ingin ikut ke dalam komunitas *Punk* dan masuk menjadi anggota komunitas *Punk*. Dari idealisme tersebut, para anggota komunitas *Punk* mewujudkannya melalui *fashion*, *life style* dan terutama melalui musik.

Punk dan musik adalah satu kesatuan. Karena kebanyakan anak-anak *Punk* adalah musisi maka gerakan yang paling dominan adalah melalui musik, yaitu dengan mengusung genre musik *indie label* atau *underground*. Musik dengan irama bertempo cepat dan suara gitar berdistorsi kasar serta syair lagu yang penuh dengan kritik sosial merupakan ciri dari musik dalam komunitas *Punk*.

Musik menjadi media komunikasi bagi komunitas *Punk* dalam menyampaikan protes mereka terhadap tatanan sosial masyarakat. Selain itu, musik dengan syair-syair lagu yang sarat dengan kritik sosial politik dapat menjadi sarana pendidikan politik yang ampuh bagi anggota komunitas *Punk*. Tetapi, lirik lagu yang dimainkan oleh band-band *Punk* tidak hanya bertema sosial politik saja, ada juga yang mengangkat tema mengenai kehidupan sehari-hari anak-anak *Punk*.

Bentuk komunikasi yang terjadi di dalam komunitas *Punk* di Semarang adalah melalui *newsletter*, pamflet *underground*, *event* musik serta kegiatan *nye-treet* yang biasanya

memakan waktu hingga berjam-jam dan dilakukan setiap hari terutama pada Sabtu malam.

Kegiatan *nye-treet* yang sering dilakukan oleh anak-anak *Punk* menjadi sarana paling efektif untuk berdiskusi, saling bertukar informasi ataupun sebagai sarana sosialisasi pergerakan *Punk* untuk para *Poser* (orang yang tertarik dengan pergerakan *Punk* namun bukan seorang anggota *Punk*) dan sarana publikasi acara musik yang akan diadakan oleh komunitas *Punk* di daerah tertentu.

Pada saat *nye-treet* tersebut, anak-anak *Punk* biasanya berdiskusi seputar isu-isu yang terjadi di masyarakat maupun di dalam komunitasnya sendiri dan saling bertukar informasi berupa *news letter*, *zine*, kaset, literatur, majalah maupun pamflet acara musik terbitan *underground*. Pertukaran informasi yang terjadi tersebut biasanya menjadi sarana sosialisasi pergerakan *Punk* bagi anggota komunitas *Punk* yang baru bergabung dan ingin mengetahui lebih dalam mengenai *Punk* dan idealismenya. Berawal dari kegiatan *nye-treet* tersebut sering kali muncul diskusi mengenai penyelenggaraan *event-event* musik *Punk*. Sampai saat ini, *event* musik yang berhasil diselenggarakan oleh komunitas *Punk* Semarang, antara lain "*Java Disorder*", "*Semarang Bernyanyi Bersama*" (SBB), "*Ayo Seduluran*" (yang bekerja sama dengan komunitas *Punk* dari Ambarawa), dsb.

Proses pelaksanaan *event-event* musik atau biasa disebut "*Gigs*" tersebut biasanya bermula dari gagasan beberapa orang anak *Punk* yang sedang *nye-treet* kemudian dikembangkan menjadi sebuah rapat besar yang melibatkan anggota komunitas *Punk* di Semarang melalui perwakilan dari masing-masing wilayah (*Punk* Cah genuk, *Punk* Cah Tamsing, *Punk* TS,

dsb). Setelah melalui beberapa kali pertemuan dan tercapai kesepakatan bersama, masing-masing wilayah biasanya akan membantu panitia dengan memberikan donasi berupa uang hasil kolektifan dari masing-masing *scene* maupun alat-alat musik.

Kegiatan-kegiatan seperti itulah yang memperkuat solidaritas dan menjadi media komunikasi bagi anggota komunitas *Punk* Kota Semarang. Namun, seiring dengan perkembangan jenis media serta kemajuan di bidang teknologi, anak-anak *Punk* Semarang saling berinteraksi dan berkomunikasi dengan anggota komunitas *Punk* di kota lainnya melalui internet.

Kegiatan komunikasi yang dilakukan antara lain dengan saling mengirim *e-mail*, diskusi melalui *mailing list* ataupun mengakses situs dan *zine underground* yang dibuat oleh komunitas *Punk* di wilayah tertentu seperti. www.punkpages.cjb.net, www.papakermadistro.cjb.net, www.fastnbulbous.com, www.semarangonfire.com atau www.geocities.com/innergarden_zine.

Melalui internet, interaksi anggota komunitas *Punk* baik lokal Kota Semarang, Nasional, maupun internasional semakin terjalin dengan baik dan menambah pengetahuan bagi masing-masing anggota komunitas.

Penelitian ini hanya akan meneliti pola komunikasi yang terjadi diantara anggota komunitas *Punk* di Kota Semarang, bukan pola komunikasi dengan orang awam yang bukan dari dalam komunitas bahkan di luar komunitas.

Berdasarkan gagasan-gagasan pada latar belakang di atas, maka poin-poin permasalahan yang ingin diteliti adalah:

1. Bagaimana pola komunikasi yang dilakukan antara anggota komunitas *Punk* di Kota Semarang ?

2. Bagaimana pemanfaatan media komunikasi *Punk* di Kota Semarang oleh anggotanya, dalam rangka menjaga keharmonisan antar komunitas ?

TINJAUAN PUSTAKA

Teori pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fungsional, yaitu dalam komunikasi kelompok memandang proses sebagai sebuah instrumen dimana kelompok membuat keputusan, menekankan hubungan antar kualitas komunikasi dan hasil dari kelompok (Barker, 1994 ; 19-43). Komunikasi melakukan sejumlah hal atau fungsi dengan banyak cara untuk menentukan hasil kelompok. Ini adalah sarana untuk berbagi informasi, cara anggota kelompok menyelidiki dan mengidentifikasi kerusakan dalam pikiran, dan sebuah cara persuasi (Simon, 1976; 344). Walaupun metode penelitian digunakan untuk mempelajari fungsi kelompok mirip dengan semua yang dilihat dalam tradisi psikologi sosial, kita telah meletakkannya disini, dalam sosial budaya, karena memiliki hubungan yang kuat dengan tradisi sosial budaya yang lebih besar yang melihat bagaimana kelompok bekerja.

Pendekatan fungsional telah sangat berpengaruh dengan pengajaran pragmatik dalam kelompok diskusi kecil. Ini berdasarkan dari penelitian kinerja oleh filsuf John Dewey, sejak mempublikasikan "*How We Think*" pada tahun 1910, yang sangat berpengaruh terhadap pemikiran pragmatik abad ke-20. Versi Dewey dalam proses pemecahan masalah memiliki enam langkah (1) mengungkapkan kesulitan; (2) menjelaskan permasalahan; (3) menganalisis masalah; (4) menyarankan solusi; (5) membandingkan alternatif dan menguji mereka dengan tujuan dan kriteria yang berlawanan; dan (6)

mengamalkan solusi yang terbaik. Teori dari tradisi fungsional menyebut cara yang mempengaruhi tiap-tiap elemen ini (Little John, 2009: 344).

Dalam media komunitas terdapat peranan dari orang lain yang mempengaruhi pola pikir kita, dan itu berada di dalam kelompok dimana kita juga menjadi anggotanya, besar atau kecil, formal atau informal. Kelompok orang ini bisa mempunyai dampak yang besar pada cara kita menerima pesan. Keanggotaan kelompok dapat menciptakan sikap prasangka yang sulit diubah. Berikut ini adalah jenis-jenis kelompok yang paling penting. Kelompok Primer (*primary group*) adalah sebuah kelompok (dua orang atau lebih) yang melibatkan perkumpulan yang anggotanya bertemu langsung dengan akrab selama jangka waktu yang lama. Kelompok Acuan (*reference group*) adalah sebuah kelompok yang dikenali dan digunakan sebagai standar acuan namun tidak mesti dimiliki. Kelompok Kasual (*casual group*) adalah sekelompok orang yang terbentuk satu kali saja dan anggota kelompok tersebut tidak saling mengenali satu sama lainnya sebelum mereka berkumpul. (Severin, 1990: 219-220).

Dalam komunitas *Punk* terdapat juga media yang mereka gunakan untuk berkomunikasi antara anggota satu dengan yang lain baik itu dalam satu komunitas maupun beda komunitas dengan tempat yang berbeda pula. Mereka biasanya menggunakan media informasi berupa *news letter*, *zine*, kaset, literatur, majalah maupun pamflet acara musik terbitan *underground*. Pertukaran informasi yang terjadi tersebut biasanya menjadi sarana sosialisasi pergerakan *Punk* bagi anggota komunitas *Punk* yang baru bergabung dan ingin mengetahui lebih dalam mengenai *Punk* dan

idealismenya. bahkan mereka juga menggunakan media yang lebih moderen lagi seperti internet. Meskipun mereka banyak hidup di jalanan, mereka juga mempunyai akun *Facebook* bahkan hingga *MySpace*. Dengan menggunakan media tersebut lah para anggota komunitas *Punk* dapat berkomunikasi dan berbagi pesan atau saling menyapa dengan kawan-kawan mereka dari komunitas lain hingga keluar daerah bahkan luar pulau.

Media massa jelas terkait dengan kultur karena melalui media massa itulah orang-orang kreatif punya tempat yang cepat. Meski media punya potensi menyebarluaskan karya kreatif terbaik dari pikiran dan jiwa manusia, beberapa kritikus mengatakan media sangat obsesif terhadap subjek-subjek trendi, yang kadang menggelikan. Para kritikus ini juga menemukan kesalahan serius dalam perhatian media terhadap kultur pop, karena kultur pop dianggap tidak mengandung isi yang signifikan. (Marshall McLuhan, 1998: 506).

Teori pemikiran kelompok adalah sebuah hasil langsung terhadap kepaduan kelompok yang telah dibahas beberapa bagian oleh Kurt Lewin pada tahun 1930-an dan semenjak dilihat sebuah variabel penting dalam keefektifan kelompok. *Kepaduan (cohesiveness)* adalah tingkatan minat ganda diantara anggota kelompok. Dalam sebuah kelompok yang sangat padu, sebuah identifikasi ganda menjaga sebuah kelompok bersama-sama. Dan juga kepaduan adalah sebuah hasil dari tingkatan yang semua anggota merasa bahwa tujuan mereka dapat tercapai dalam golongan. Ini tidak membutuhkan anggota yang memiliki sikap yang sama, namun anggota yang menunjukkan sebuah tingkatan saling ketergantungan, bersandar pada satu sama lain untuk meraih tujuan yang diinginkan. Semakin kelompok padu,

tekanan akan lebih mendesak anggota untuk menjaga kepaduan tersebut (Little John, 2009: 346).

Demikian penting kedudukan teori khususnya dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga hampir tidak ada sesuatu yang tidak berangkat dari teori dengan satu atau beberapa fungsinya. Kemudian sebuah teori diarahkan untuk menjawab pertanyaan mengapa (bagaimana) timbul regularitas alam, dengan demikian teori harus memuat pertanyaan tentang mekanisme tertentu, serta hubungan antar variabel dalam fenomena yang diselidiki (Kaplan dan Manners, 2002: 123). Dalam penelitian kualitatif teori yang dikembangkan dimulai dilapangan studi dari data yang terpisah-pisah dan atas bukti-bukti yang terkumpul serta saling berkaitan. Penekanannya pada proses analisis induktif, sehingga penelitian yang demikian juga disebut sebagai "*empirico inductive research*" (Sutopo, 2002: 39)

Komunikasi merupakan proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud mengubah perilaku. Dalam komunikasi ada sebuah proses pengoperan (pemrosesan) ide, gagasan, lambang, dan di dalam proses itu melibatkan orang lain. Harold D Lasswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab siapa menyatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan efeknya bagaimana. (Marhaeni Fajar, 2009: 32).

Menurut Hafied Changara (2000), terjadinya proses komunikasi ini karena adanya seseorang yang menginterpretasikan sebuah objek dan pikirannya. Objek tersebut bisa berbentuk benda, informasi, alam, peristiwa, pengalaman, atau fakta yang dianggap berarti bagi manusia. Berbagai objek tersebut bisa terjadi

pada diri sendiri dan diluar diri sendiri. Untuk selanjutnya objek itu diberi arti, diinterpretasikan berdasarkan pengalaman yang berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang. Oleh karena itu masing-masing orang berbeda dalam memberi interpretasi dan kepekaan diri, maka masing-masing orang berbeda pula dalam proses penentuan tindakan apa yang akan dilakukan.

Apabila diaplikasikan secara benar komunikasi akan mencegah dan menghilangkan konflik antarpribadi, antarkelompok, antarsuku, antarbangsa, dan antarras. Hakikat komunikasi adalah proses penyampaian pesan dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya. Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan untuk meraih tujuan dari komunikasi sendiri. Tujuan tersebut antara lain, mengubah sikap, opini, perilaku, dan mengubah masyarakat. Dimana dari tujuan tersebut dapat dilihat bahwa komunikasi tersebut memang berlangsung dari kesengajaan di mana fungsi dari komunikasi itu sendiri, menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi (Marhaeni Fajar, 2009: 38).

Guna mencapai kunci sukses suatu komunikasi perlu diperhatikan prinsip komunikasi yang efektif yakni, jenis publik yang menjadi sasaran, susunan pesan yang tepat dan mudah dipahami, serta saluran apa yang sesuai dengan sifat publik yang dituju (Marhaeni Fajar, 2009: 56).

Dalam kegiatan berkomunikasi efek atau perubahan diharapkan terjadi bukan saja pada seseorang, melainkan kepada orang banyak atau masyarakat. Khalayak penerima yang terdiri dari banyak orang menjadi sasaran pesan komunikasi yang diharapkan efektivitasnya.

Masing-masing orang mempunyai perbedaan dalam mengaktualisasikan komunikasi. Oleh karena itu, dalam komunikasi dikenal dengan pola-pola tertentu sebagai manifestasi perilaku manusia dalam berkomunikasi. Pola komunikasi dibagi menjadi empat, yakni komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik dan komunikasi massa.

Komunikasi kelompok mempunyai tujuan dan organisasi (meskipun tidak selalu formal) dan melibatkan interaksi diantara anggota-anggotanya. Jadi, ada dua tanda kelompok secara psikologis yaitu :

- a. Anggota-anggota kelompok merasa terikat dengan kelompok (ada *sense of belonging*, yang tidak dimiliki orang yang bukan anggota).
- b. Nasib anggota-anggota saling bergantung, sehingga hasil setiap orang terkait dalam cara tertentu dengan hasil yang lain.

Ada empat faktor situasional yang mempengaruhi efektifitas komunikasi kelompok adalah, ukuran kelompok, jaringan komunikasi, kohesi kelompok, kepemimpinan. Seperti halnya tindakan komunikasi, peranan yang dimainkan oleh anggota kelompok dapat membantu penyelesaian tugas kelompok, memelihara hubungan emosional yang baik, atau hanya mementingkan kepentingan individu saja (Riswandi, 2008: 120-128).

Komunikasi merupakan alat utama dalam kehidupan sosial manusia. Dewasa ini komunikasi tidak hanya menyangkut satu orang ke orang lainnya melainkan melibatkan khalayak yang banyak dan di berbagai daerah yang berbeda yang kemudian disebut sebagai komunikasi massa.

Dalam komunitas *Punk* terdapat juga media-media yang mereka gunakan untuk berkomunikasi antara anggota

satu dengan yang lain baik itu dalam satu komunitas maupun beda komunitas dengan tempat yang berbeda pula. Mereka biasanya menggunakan media yang moderen seperti internet. Meskipun mereka banyak hidup di jalanan, mereka juga mempunyai akun *Facebook* bahkan hingga *MySpace*. Dengan menggunakan media tersebut lah para anggota komunitas *Punk* dapat berkomunikasi dan berbagi pesan atau saling menyapa dengan kawan-kawan mereka dari komunitas lain hingga keluar daerah bahkan luar pulau.

Menurut Dennis McQuail ciri utama komunikasi massa adalah sumber komunikasi massa bukanlah satu orang melainkan suatu organisasi formal, dan “sang pengirim-nya” seringkali merupakan komunikatornya. Pesannya tidak unik dan beraneka ragam, serta dapat diperkirakan. Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu arah dan jarang sekali bersifat interaktif. Hubungan tersebut bersifat impersonal, bahkan mungkin seringkali bersifat non-moral dan kalkulatif, dalam pengertian bahwa sang pengirim biasanya tidak bertanggungjawab atas konsekuensi yang terjadi pada para individu dan pesan yang diperjual belikan dengan uang atau ditukar dengan perhatian tertentu (McQuail, 1987: 34-35).

Ada beberapa sifat yang melekat dalam komunikasi masa dan sekaligus membedakannya dengan bentuk komunikasi yang lainnya. Sifat yang dimaksud menyangkut sifat komunikator, sifat pesan, sifat media massa, sifat komunikasi, sifat efek, dan sifat umpan balik (Marhaeni Fajar, 2009: 224).

METODE PENELITIAN

1. Bentuk dan Strategi Penelitian

Bentuk dan strategi penelitian yang berjudul Memahami Pola Komunikasi Kelompok Antar Anggota Komunitas

Punk Di Kota Semarang ini merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma *interpretive*. Menurut F. L. Whitney, penelitian deskriptif dipakai untuk mencari data melalui interpretasi secara tepat (Nazir, 2003: 54). Peneliti berusaha mengkaji dan memberikan penjelasan teoritik tentang bagaimana pola komunikasi yang dilakukan oleh anggota dalam komunitas *Punk* di Kota Semarang. Hingga dapat memberikan deskripsi secara utuh mengenai pengalaman subyek tersebut tentang bagaimana mereka berkomunikasi untuk memecahkan masalah dalam rangka menjaga keharmonisan komunitas.

Aspek yang ditekankan dalam perspektif *interpretive* ialah subjektivisme atau keunggulan pengalaman individu. Teori-teori *interpretive* menggambarkan proses pikiran aktif untuk mengingat kembali pengalaman individu atas kejadian apapun yang dialaminya (Littlejohn, 1999: 15).

2. Data dan sumber data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* atau kondisi yang alamiah, sumber primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan dokumentasi. Catherine Marshall, Gretchen B. Rossman, menyatakan bahwa “*the fundamental methods relied on by qualitative researchers for gathering information are, participation in the setting direct observation, in-depth interviewing, document review*” (Sugiyono, 2008: 225).

a. Data primer

Merupakan data utama yang diperoleh langsung dari *key informant*

yang sekaligus merupakan subyek penelitian ini melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) yang dipilih secara *purposive* dengan menggunakan *interview guide* sebagai pedoman wawancara. Populasi sampel dalam penelitian ini adalah komunitas *Punk* Cah Genuk, dengan karakteristik khas komunitas sampel sebagai berikut:

1) Komunitas *Punk* di daerah Genuk yang merupakan salah satu komunitas *Punk* terbesar di kota Semarang.

2) Komunitas *Punk* Cah Genuk merupakan komunitas yang paling sering berinteraksi dengan komunitas lain dari luar kota. Karena lokasi mereka berkumpul berada di sekitar lampu merah Genuk, yang merupakan daerah strategis dan menjadi jalur lalu lintas pantura. maka dari itulah seringkali dijadikan ajang berkumpulnya anggota komunitas *Punk* dari luar kota untuk singgah dan beristirahat, sebelum mereka melanjutkan perjalanan lagi dengan menumpang truk bak terbuka atau mereka biasa menyebutnya *ngeplat*.

3) Aktivitas komunikasi yang sering dilakukan, ditandai dengan:

- Berkomunikasi secara lisan jika ada teman dari komunitas lain di luar kota yang kebetulan singgah dan membagikan selebaran pamflet acara *gigs* bahkan menggunakan internet, misal melalui akun-akun *Facebook* dan *Twitter* yang mereka miliki untuk menghubungi dan memberi kabar demi menjaga silaturahmi dan komunikasi dengan anggota komunitas lain di luar kota.

- Mempunyai akun *Facebook* dan *Myspace* untuk berkomunikasi melalui dunia maya dengan membagikan pamflet

elektronik kepada teman-teman komunitas lain di luar kota, untuk mengabarkan seputar acara *gigs Punk* yang akan diadakan di dalam kota Semarang maupun luar kota.

- Melakukan aktivitas *chatting* dengan anggota komunitas lain untuk sekedar saling menyapa maupun bertukar pikiran dalam penyelesaian sebuah permasalahan atau membahas seputar isu yang berkembang.

b. Data sekunder

Merupakan data terkumpul dari sumber-sumber terkait dan sumber-sumber lain yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti seperti: buku, jurnal penelitian, artikel, surat kabar dan *internet*. Data sekunder tersebut dimanfaatkan untuk interpretasi, pengkajian, penelaahan, analisis masalah penelitian dan juga untuk pengembangan kerangka pemikiran.

3. Teknik Sampling

Berkenaan dengan tujuan penelitian di atas, maka dalam prosedur *sampling* yang terpenting adalah bagaimana menentukan informan kunci (*key informant*) atau situasi sosial tertentu yang sarat informasi sesuai dengan fokus penelitian (Bungin, 2005: 53). Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 1998: 115). Populasi penelitian ini adalah anggota komunitas *Punk* di Genuk yang merupakan komunitas terbesar di Kota Semarang berjumlah kurang lebih 150 anggota.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006: 131). Untuk memilih sampel (dalam hal ini informasi kunci atau situasi sosial) lebih tepat dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Teknik ini

mendasarkan pada ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu informan yang mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang ada dalam subjek penelitian. Jadi ciri-ciri atau sifat-sifat spesifik yang ada dalam subyek penelitian, dijadikan kunci untuk pengambilan jumlah informan (Achmadi, 2002: 116). Berdasarkan pada pertimbangan teoritik tersebut, maka penelitian kualitatif ini tidak dipersoalkan jumlah informannya. Dalam hal ini, jumlah informan bisa sedikit tetapi juga bisa banyak, tergantung sampai tercapainya tujuan penelitian. Kriteria dalam memilih orang-orang tertentu dari populasi sasaran dengan kriteria tertentu untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu:

- Anggota komunitas *Punk* yang berdomisili di daerah Genuk dan selalu eksis dalam berbagai acara komunitas di Kota Semarang.

- Aktif menjadi anggota komunitas *Punk* ditandai dengan:

- Mempunyai banyak teman komunitas dan saling mengenal dengan anggota komunitas yang lain.

- Dalam kesehariannya selalu berkumpul dan berinteraksi dengan seluruh anggota komunitas yang ada.

- Melakukan aktifitas sehari-hari selalu berdampingan dan bersama-sama dengan anggota lain di dalam komunitas.

Sesuai dengan kriteria diatas, maka peneliti menentukan sampel sebanyak 5 (lima) orang yang diambil dari anggota komunitas *Punk* di Genuk yang sesuai dengan kriteria sampel untuk mewakili penelitian ini.

4. Teknik pengumpulan data

Data penelitian ini akan diperoleh dari kegiatan wawancara mendalam (*indepth-interview*) dengan subyek penelitian ini yang berusaha melakukan interpretasi atau memberikan makna terhadap perilaku individu-individu komunitas *Punk*, dalam proses komunikasi antar anggotanya di saat mereka menyelesaikan masalah atau isu yang sedang terjadi demi menjaga keharmonisan antar anggota komunitas. Karena penelitian ini bersifat kualitatif, maka instrumen untuk melakukan wawancara adalah penelitian sendiri dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) yang tidak terstruktur dan bersifat *open-ended*. Pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya *open-ended* tersebut merupakan sarana yang paling efektif untuk memahami otentisitas pengalaman individu. Hasil wawancara ini direkam dengan *audiotape*, maupun *hand phone* dan dicatat sebagai transkrip wawancara.

Disamping wawancara juga dilakukan studi kepustakaan yaitu pengumpulan data dan informasi yang berasal dari sumber tertulis seperti surat kabar, buku-buku, literatur, majalah, internet, dan sebagainya. (Sutopo, 2002: 35).

5. Validitas Data

Suatu alat ukur dikatakan *valid* apabila alat ukur tersebut mengukur apa yang ingin diukur (Singarimbun, 1989: 124). Memiliki ketepatan dalam pengukuran atau mampu menunjukkan dengan tepat ukuran besar kecilnya gejala yang akan diukur. Setelah mendapatkan data yang cukup lengkap dan peneliti mulai menyusun laporan, maka unit-unit laporan yang telah disusun dikonfirmasi kepada *key informant* dengan tujuan menyesuaikan data/informasi yang didapat sesuai dengan kondisi riil di lapangan.

6. Analisis data

Analisa terhadap penelitian ini akan mengacu pada metode penelitian deskriptif yang dikemukakan oleh Noeng Muhajir (1996: 102). Langkah-langkah analisis data serta pengambilan kesimpulan dalam penelitian ini meliputi:

a. Menggambarkan fokus penelitian dengan cara memformulasikan pertanyaan dengan cara tertentu yang dipahami oleh orang awam. Sehubungan dengan penelitian dalam masalah ini, secara operasional pertanyaan dalam penelitian ini adalah mengenai hal-hal yang berkaitan dengan perilaku individu komunitas *Punk* dalam proses komunikasi antar anggotanya, di saat mereka menyelesaikan masalah atau isu yang sedang terjadi demi menjaga keharmonisan antar anggota komunitas.

b. Meringkas data kontak langsung dengan individu, kejadian dan situasi penelitian.

c. Mengembangkan secara berkesinambungan pertanyaan analitik. Selama dilapangan peneliti bertanya, mencari jawaban dengan wawancara dan menganalisisnya, dan kemudian mengembangkan pertanyaan-pertanyaan baru dan seterusnya hingga mendapatkan apa yang diharapkan.

d. Membuat catatan deskriptif untuk menyajikan data yang didapat. Langkah ini ditujukan dengan cara peneliti mulai menyusun narasi deskriptif yang didasarkan pada subyek peneliti yang merupakan anggota komunitas. Narasi ini dibuat dengan bersumber pada hasil wawancara dengan subyek yang memberikan pertanyaan atau pendapat mengenai hal-hal yang berkaitan dengan bagaimana pola komunikasi dalam penyelesaian masalah yang dilakukan oleh anggota dalam komunitas *Punk* di Kota Semarang.

e. Melakukan analisa berdasarkan hasil wawancara yang telah disusun dalam bentuk narasi deskriptif sehingga dapat diungkap relevansi teori-teori yang digunakan untuk mengkaji keterbukaan dalam proses komunikasi antar anggota komunitas, di saat mereka menyelesaikan masalah atau isu yang sedang terjadi demi menjaga keharmonisan antar anggotanya.

7. Jadwal penelitian

Kegiatan penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan prosedur sebagai berikut:

1. Persiapan
 - Menyusun protokol penelitian
 - Pengembangan pedoman penyusunan data
 - Penyusunan jadwal kegiatan secara rinci
2. Pengumpulan data
 - Pengumpulan data primer dan sekunder
 - Melakukan review dan pembahasan data yang telah terkumpul dengan melakukan refleksinya. Menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat, serta menentukan fokus, serta pendalaman dan pemantapan pada pengumplan data berikutnya.
3. Analisis data
 - Melakukan analisis dari data yang sudah terkumpul.
 - Melakukan penarikan kesimpulan sebagai temuan penelitian, sekaligus menggunakannya sebagai saran dalam laporan akhir penelitian.
4. Penyusunan laporan penelitian
 - Menyusun laporan awal
 - Review laporan dilakukan dengan dosen pembimbing

untuk mendiskusikan laporan yang telah disusun sementara.

- Perbaiki laporan, dan disusun sebagai laporan akhir penelitian
 - Perbanyak laporan sesuai kebutuhan
5. Waktu yang ditentukan
 - Persiapan : 2 minggu
 - Pengumpulan data : 2 minggu
 - Analisis Data : 1 bulan
 - Penyusunan laporan: 1 bulan

Penelitian ini akan memerlukan waktu 3 bulan dan dilakukan mulai bulan Oktober 2011 hingga selesai bulan November 2011.

PEMBAHASAN

1. Sejarah *Punk*

Pada awal kemunculannya, *Punk* merupakan sebuah gerakan perlawanan yang dilakukan oleh sekelompok buruh di London, Inggris yang tidak puas dengan sistem sosial yang berlaku pada saat itu yang mengelompokkan masyarakat menjadi dua golongan, yaitu kaum pengusaha (pemilik modal) dan kaum pekerja. Ketidakpuasan para buruh terutama diakibatkan oleh perlakuan masyarakat kelas pengusaha terhadap kelas pekerja. Kesenjangan sosial yang terjadi dan eksploitasi yang dilakukan kaum pengusaha terhadap kaum buruh menimbulkan perasaan senasib diantara para buruh dan kemudian melahirkan sebuah pergerakan yang menentang sistem kapitalisme. Sejak tahun 1980-an, saat *Punk* merajalela di Amerika, golongan *punk* dan *skinhead* seolah-olah menyatu, karena mempunyai semangat yang sama. Namun, *Punk* juga dapat berarti jenis musik atau *genre* yang lahir di awal tahun 1970-an. *Punk* juga bisa berarti ideologi hidup yang mencakup aspek sosial dan politik.

Pergerakan tersebut kemudian membentuk sebuah komunitas yang

anggotanya terdiri atas kaum buruh yang mempunyai pandangan yang sama terhadap tindakan sewenang-wenang para pemilik modal. Dengan menganut prinsip *Do It Yourself* dan *Equality*, gerakan resistensi radikal yang kemudian menjadi budaya penentang tersebut dikenal sebagai *Punk* (www.punkpages.cjb.net / 10 Mei 2011 23.00 WIB).

2. Pengaruh dan Perkembangan *Punk* di Indonesia

Pergerakan *Punk* di Indonesia telah masuk sejak tahun 1970-an tetapi baru benar-benar meledak pada tahun 1990-an. Hal ini disebabkan oleh ekspos media massa terhadap komunitas *Punk* yang baru terjadi pada pertengahan 1990-an dan kemudian mengubah pergerakan resistensi radikal menjadi sebuah budaya *trend* global dari kapitalisme.

Disebut demikian karena, sekarang anak-anak muda yang mengikuti pergerakan *Punk* hanya sebatas penampilan luarnya saja dan tidak tahu apapun mengenai *Punk* itu sendiri kecuali anarkisme yang sering identik dengan komunitas *Punk*. Padahal, anarki menurut *Punk* adalah anarki dalam cara berpikir dan bagaimana *Punk* bisa melakukan pemberontakan dengan cara sendiri.

Terkait dengan sejarah pergerakan *Punk*, anggota komunitas *Punk* menuangkan ideologi pergerakan mereka melalui simbol-simbol yang sampai sekarang tetap melekat dan menjadi identitas dari komunitas *Punk* di seluruh pelosok wilayah. Simbol-simbol tersebut dituangkan melalui gaya hidup, cara berpakaian dan jenis musik yang dimainkan oleh anak-anak *Punk*.

Cara berpakaian anak-anak *Punk* yang cenderung lusuh dan terlihat menyeramkan karena berbagai macam

aksesori yang tidak biasa digunakan oleh anak-anak muda pada umumnya mempunyai arti khusus dan berhubungan erat dengan sejarah awal pergerakan *Punk*.

Bukan karena keinginan untuk tampil beda dan untuk menarik perhatian saja. Simbol-simbol tersebut antara lain sepatu *boots Doc Mart* yang melambangkan kaum buruh itu sendiri sebagai penggagas pergerakan *Punk*, sedangkan celana jins ketat yang panjangnya di atas mata kaki dengan jas dan dasi yang sering dikenakan oleh para *Rude Boy* (komunitas *Ska/Tutons*) dimaksudkan untuk menyindir kaum *Borjouis*. Gaya rambut *Mohawk*, *safety pin*, kalung anjing dan gelang *spike* melambangkan perlawanan terhadap kemapanan dan modernisasi.

Komunitas *Punk* lahir di jalanan dan anggota dari komunitas tersebut juga merupakan orang-orang jalanan, maka tempat berkumpul anak-anak *Punk* adalah di jalan. Tempat yang biasa digunakan untuk berkumpul (dalam istilah komunitas *Punk* disebut sebagai *nye-treet*, diambil dari kata *street* yang berarti jalan) adalah di perempatan jalan dan sekitar pinggiran pusat keramaian, dimana mereka juga mencari uang dari mengamen.

3. Bentuk Komunikasi yang Terjadi di dalam Komunitas *Punk*.

Bentuk komunikasi yang terjadi di dalam komunitas *Punk* di Semarang bermacam-macam. Salah satunya ialah kegiatan *nye-treet*. Kegiatan tersebut sering dikenal dengan istilah '*Street Punk*'. Dalam komunitas *Punk* terdapat individu-individu dengan berbagai macam jenis pola pemikiran idealisme *Punk*. Namun, inti dari pergerakan *Punk* itu sendiri apa pun cara pemikiran yang kita punya kita tetap sama yaitu '*Do It Yourself*'. Idealisme tersebut seolah menjadi sebuah harga mati di dalam komunitas *Punk*. Dari idealisme

tersebut, para anggota komunitas *Punk* mewujudkannya melalui *fashion, life style* dan terutama melalui musik.

Punk dan musik adalah satu kesatuan yang tidak dapat terpisahkan. Karena kebanyakan anak-anak *Punk* adalah musisi maka gerakan yang paling dominan adalah melalui musik, yaitu dengan mengusung komunitas musik *indie label* atau *underground*. Musik dengan irama ketukan tempo cepat dan suara gitar berdistorsi kasar serta syair lagu yang penuh dengan kritik sosial dan perlawanan terhadap sistem pemerintahan yang tidak adil merupakan ciri dari musik dalam komunitas *Punk*.

Selain itu, musik dengan syair-syair lagu yang sarat dengan kritik sosial politik dapat menjadi sarana pendidikan politik yang ampuh bagi anggota komunitas *Punk*. Tetapi, lirik lagu yang dimainkan oleh band-band *Punk* tidak hanya bertema sosial politik saja, ada juga yang mengangkat tema mengenai kehidupan sehari-hari anak-anak anggota komunitas *Punk*.

Bentuk media komunikasi yang ada di dalam komunitas *Punk* di Semarang adalah melalui *newsletter, zine, forum bebas, gigs* musik serta kegiatan *nye-treet* yang biasanya memakan waktu hingga berjam-jam dan dilakukan setiap hari terutama pada Sabtu malam.

Kegiatan *nye-treet* yang sering dilakukan oleh anak-anak *Punk* menjadi sarana paling efektif untuk berdiskusi, bertukar pikiran, bertukar pengalaman, dan saling bertukar informasi ataupun sebagai sarana sosialisasi pergerakan *Punk* untuk para *Poser* (orang yang tertarik dengan pergerakan *Punk* namun bukan seorang anggota komunitas *Punk*) dan juga sarana publikasi acara *gigs* musik yang akan diadakan oleh komunitas *Punk* di daerah tertentu.

Pada saat *nye-treet* tersebut, anak-anak *Punk* biasanya berdiskusi seputar

isu-isu yang terjadi di masyarakat maupun di dalam komunitasnya sendiri dan saling bertukar informasi berupa *news letter, zine, kaset, literatur, majalah* maupun pamflet acara musik terbitan *underground*. Pertukaran informasi yang terjadi tersebut biasanya menjadi sarana sosialisasi pergerakan *Punk* bagi anggota komunitas *Punk* yang baru bergabung dan ingin mengetahui lebih dalam mengenai *Punk* dan idealismenya. Berawal dari kegiatan *nye-treet* tersebut sering kali muncul diskusi mengenai penyelenggaraan *event-event* musik *Punk*.

Kegiatan-kegiatan seperti itulah yang memperkuat solidaritas dan menjadi media komunikasi bagi anggota komunitas *Punk* Kota Semarang khususnya yang berada di daerah Genuk. Namun, seiring dengan perkembangan jenis media serta kemajuan di bidang teknologi, anak-anak dalam komunitas *Punk* tersebut saling berinteraksi dan berkomunikasi dengan anggota komunitas *Punk* di kota lainnya melalui internet.

4. Gambaran indikasi pola komunikasi yang terdapat di dalam komunitas *Punk* cah Genuk

Berikut ini merupakan paparan dari hasil penelitian setelah dilakukan wawancara dengan beberapa informan dalam studi deskriptif kualitatif ini. Diawali dari indikator deskripsi tentang gambaran umum pola komunikasi di dalam komunitas *Punk* ini mulai terbentuk, hingga sampai pada indikator tentang cara para anggota komunitas menjaga kohesivitas dan keharmonisan di dalam komunitas *Punk* itu sendiri. Penggambaran proses berfikir secara aktif untuk mengingat kembali pengalaman individu atas segala kejadian yang dialami di dalam komunitas selama sang informan tergabung di dalam komunitas *Punk*

tersebut. Sehingga proses komunikasi antar individu maupun antar kelompok yang terjadi di dalam komunitas *Punk* seakan-akan dapat terlihat dari hasil wawancara mendalam (*indepth interview*) antara peneliti dengan kelima informan dari komunitas *Punk* di Genuk tersebut. Pemilihan lima informan ini ditentukan berdasarkan kriteria sampel yang telah dijabarkan pada Bab sebelumnya, yang diharapkan mampu memberikan gambaran situasi dan kondisi secara komprehensif. Proses analisis data dalam penemuan ini, dimulai dengan mengkoordinasikan informan atau data dengan tujuan untuk mendapatkan waktu yang tepat didalam melakukan tahap wawancara, sehingga dalam proses wawancara setiap informan mampu mendeskripsikan pengalaman diri dengan total dan signifikan.

5. Pola Komunikasi yang dilakukan antara Anggota Komunitas *Punk* di Kota Semarang.

Dalam kehidupan sosial di masyarakat khususnya dalam komunitas *Punk*, terdapat individu-individu tertentu yang dengan mudahnya menjalin hubungan pertemanan setiap bertemu dengan teman yang baru. Bukan itu saja persahabatan mereka pun biasanya mampu bertahan dalam waktu yang lama. Sebaliknya, ada juga orang-orang yang justru mengalami kesulitan dalam pergaulan. Banyak faktor yang menyebabkan keberhasilan dan kegagalan seseorang anggota komunitas dalam pergaulan, salah satunya adalah pola komunikasi mereka.

Tanpa kita sadari, sebenarnya pola komunikasi itu sendiri adalah berbagai kecenderungan dalam penyampaian isi pesan yang dikomunikasikan. Pada umumnya, seorang anggota komunitas dalam pergaulan tidak saja memahami dampak pola komunikasinya kepada orang lain, dia pun telah berhasil

mengubahnya menjadi pola komunikasi yang luwes dan menyenangkan. Pola komunikasi tidak hanya mempengaruhi isi pesan yang akan disampaikan, bahkan dengan gaya penyampaian yang luwes akan menambah kekuatan bahkan melengkapi kekurangan isi pesan yang disampaikan.

Penelitian komunitas *Punk* ini, persahabatan diantara mereka terjalin karena mereka mempunyai kesamaan idealisme dan minat, yaitu *genre* musik *Punk*. Namun tidak hanya *genre* musik *Punk* saja yang dapat menyatukan mereka, adanya komunikasi yang efektif dan pemikiran yang sama di dalam tujuan komunitas juga merupakan faktor yang dapat mempererat persahabatan di antara anggota-anggota komunitas *Punk*.

Pola komunikasi setiap individu anggota komunitas *Punk* berbeda satu sama lain. Ada individu yang memiliki pola komunikasi yang fleksibel dan dapat menyesuaikan dengan kondisi individu di sekitarnya, sehingga dapat menciptakan suasana yang menyenangkan dan mampu membuat lawan bicaranya nyaman berlama-lama berkomunikasi dengannya. Namun, ada juga anggota yang memiliki pola komunikasi yang pasif, atau dengan kata lain dapat mempersulit komunikasi yang sedang berlangsung.

Pola komunikasi yang tidak sehat tersebut antara lain hanya berbicara sepenggal-penggal dan kurang respon terhadap masalah yang ada di sekelilingnya. Keterbatasan koordinasi antara kinerja otak dan indera pengucapan, membuat individu mengalami hambatan dalam berkomunikasi secara efektif. Hal ini seringkali tidak disadari oleh individu. Sepanjang pengetahuannya, ia sudah mengatakan semua yang ingin disampainya padahal belum semuanya tersampaikan.

Ada juga anggota yang memiliki pola komunikasi tipe penyenang yaitu orang yang mempunyai satu tujuan dalam hidupnya, yaitu menyenangkan semua orang. Berbicara dengan tipe penyenang memang dapat menyenangkan, karena respon yang kita terima selalu memiliki kecenderungan positif, sehingga pola komunikasi seperti ini dapat mendangkalkan hubungan antar pribadi. Sulit sekali untuk mengetahui isi hati dari individu tipe penyenang karena ia tidak terbuka, ketidakterbukaannya itu justru cenderung membuatnya menumpuk semua perasaan dalam hati dan benaknya. Kalau tidak tertahankan, ia mudah menjadi orang yang depresi, tertekan, dan tidak bahagia, biasanya akan cenderung pendiam.

Uraian diatas mendiskripsikan bahwa pola komunikasi dapat melambangkan kepribadian seseorang anggota komunitas yang sesungguhnya, namun terdapat kemungkinan hal tersebut merupakan pola yang tengah dipelajari dan dikembangkan oleh komunitas tersebut. Dalam komunitas *Punk*, adakalanya untuk mendapatkan penerimaan dari para anggota lain, seorang anggota terpaksa mengikuti pola komunikasi anggota mayoritas komunitas yang tersebut, sehingga pola komunikasi tersebut dapat dipahami semua orang atau bersifat *universal*. Menurut peneliti, jika pola komunikasi anggota tersebut memang merupakan karakter suatu kepribadian sendiri, tentu saja tetap memerlukan koreksi, misalnya dengan meminta tanggapan orang lain di dalam komunitas.

Sehingga pola komunikasi yang dimiliki setiap anggota komunitas dapat menciptakan pola komunikasi yang sinergis dan efektif serta mampu menyelesaikan permasalahan di dalam komunitas sehingga dapat mempererat

persahabatan diantara anggota-anggota komunitas *Punk*.

Apabila diaplikasikan secara benar komunikasi akan mencegah dan menghilangkan konflik antarpribadi, antarkelompok, antarsuku, antarbangsa, dan antarras. Hakikat komunikasi adalah proses penyampaian pesan dengan dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya. Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan untuk meraih tujuan dari komunikasi sendiri. Tujuan tersebut antara lain, mengubah sikap, opini, perilaku, dan mengubah masyarakat. Dimana dari tujuan tersebut dapat dilihat bahwa komunikasi tersebut memang berlangsung dari kesengajaan di mana fungsi dari komunikasi itu sendiri, menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi (Marhaeni Fajar, 2009: 38).

Bateson dan Watzlawick mengemukakan bahwa hubungan merupakan bagian dari sebuah sistem. Orang-orang dalam suatu hubungan selalu menciptakan seperangkat pengharapan, memperkuat hubungan yang lama, atau mengubah pola interaksi yang sudah ada (Littlejohn, 1996: 251).

6. Pemanfaatan Media Komunikasi *Punk* di Kota Semarang oleh anggotanya, dalam rangka menjaga keharmonisan antar komunitas.

Dalam media komunitas terdapat peranan dari orang lain yang mempengaruhi pola pikir kita, dan itu berada di dalam kelompok dimana kita juga menjadi anggotanya, besar atau kecil, formal atau informal. Kelompok orang ini bisa mempunyai dampak yang besar pada cara kita menerima pesan. Keanggotaan kelompok dapat menciptakan sikap prasangka yang sulit diubah. Berikut ini adalah jenis-jenis kelompok yang paling penting.

Kelompok Primer (*primary group*) adalah sebuah kelompok (dua orang atau lebih) yang melibatkan perkumpulan yang anggotanya bertemu langsung dengan akrab selama jangka waktu yang lama. Kelompok Acuan (*reference group*) adalah sebuah kelompok yang dikenali dan digunakan sebagai standar acuan namun tidak mesti dimiliki. Kelompok Kasual (*casual group*) adalah sekelompok orang yang terbentuk satu kali saja dan anggota kelompok tersebut tidak saling mengenali satu sama lainnya sebelum mereka berkumpul. (Severin, 1990: 219-220).

Komunitas *Punk* memiliki media yang biasa mereka gunakan untuk berkomunikasi antara anggota satu dengan yang lain baik itu dalam satu komunitas maupun dengan komunitas dari tempat yang berbeda pula. Mereka biasanya menggunakan media informasi berupa *news letter*, *zine*, forum bebas, kaset, literatur, majalah, maupun pamflet acara musik *Gigs* terbitan komunitas. Dari beberapa media yang sering digunakan dalam komunitas *Punk*, salah satunya ialah *Zine*. Penggagas media *Zine*, adalah individu-individu yang memahami dan memiliki pengetahuan lebih terkait dengan suatu hal dan peka terhadap suatu masalah sosial yang terdapat di masyarakat, dan ingin mengembangkan komunitas, sehingga dengan sukarela membuat kemudian membagikan *zine* secara gratis.

Pertukaran informasi yang terjadi tersebut biasanya menjadi sarana sosialisasi pergerakan *Punk* bagi anggota komunitas *Punk* yang baru bergabung dan ingin mengetahui lebih dalam mengenai *Punk* dan idealismenya. Proses komunikasi tersebut, mereka mencakup penggunaan media yang lebih moderen seperti internet. Meskipun mereka banyak

hidup di jalanan, mereka juga mempunyai akun *Friendster*, *Facebook*, *MySpace*, hingga *Blog*.. Menggunakan jejaring tersebut para anggota komunitas *Punk* dapat berkomunikasi dan berbagi pesan informasi atau saling menyapa dengan kawan-kawan mereka dari komunitas lain hingga keluar daerah bahkan luar pulau.

Media massa jelas terkait dengan kultur, karena melalui media massa itulah pekerja kreatif dapat menyalurkan kreativitasnya dengan tepat. Meski media punya potensi menyebarkan karya kreatif terbaik dari pikiran dan jiwa manusia, beberapa kritikus mengatakan media sangat obsesif terhadap subjek-subjek trendi, yang kadang menggelikan. Para kritikus ini juga menemukan kesalahan serius dalam perhatian media terhadap kultur pop, karena kultur pop dianggap tidak mengandung isi yang signifikan. (Marshall Mc Luhan, 1998: 506).

Melalui media, seluruh anggota komunitas saling berdiskusi tentang sebuah permasalahan atau isu yang berkembang di dalam komunitas, demi menjaga kepaduan kelompok dimana individu-individu didalamnya bersifat heterogen, hal ini dilakukan dengan cara saling menjaga komunikasi antar anggota, memahami satu sama lain, mempererat hubungan antar pribadi dan menjaga kekompakan antar semua anggota di dalam komunitas, meskipun tiap-tiap individu anggota komunitas memiliki tujuan yang berbeda-beda dalam cara penyelesaian masalah, namun hal itu tampaknya tidak menjadi penghalang dalam rangka menjaga keharmonisan dan kesatuan komunitas *Punk*.

KESIMPULAN

Penelitian ini terinspirasi dari masalah dalam pemahaman pola

komunikasi yang terjadi di dalam komunitas *Punk* di kota Semarang. Dengan judul, “Memahami Pola Komunikasi Kelompok antar Anggota Komunitas *Punk* di Kota Semarang”, dan peneliti mengkajinya dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran dari informan mengenai berbagai gejala dan pola komunikasi yang terjadi di dalam komunitas *Punk* di Kota Semarang. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses penyampaian pesan dan informasi antar individu di dalam komunitas sekaligus informan dengan individu-individu lain di dalam komunitas bahkan luar komunitas untuk mendapatkan respon dan umpan balik yang sesuai dengan isi pesan yang disampaikan oleh informan atau komunikan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

a. Pola Komunikasi yang dilakukan antar Anggota Komunitas *Punk* di Kota Semarang diwarnai oleh pola komunikasi dari setiap individu anggota komunitas *Punk* berbeda satu sama lain. Ada individu yang memiliki pola komunikasi yang fleksibel sehingga dapat menyesuaikan dengan sifat dan kondisi individu di sekitarnya, sehingga dapat menciptakan suasana yang menyenangkan dan mampu membuat lawan bicaranya betah untuk melakukan komunikasi dengan individu tersebut. Ada juga anggota yang memiliki pola komunikasi yang pasif, individu yang memiliki sifat seperti ini dapat mempersulit komunikasi yang sedang berlangsung, dengan hanya berbicara sepenggal-penggal dan kurang merespon masalah yang ada di sekelilingnya. Ada juga anggota yang memiliki pola komunikasi tipe

penyenang atau biasa disebut penggembira, yaitu individu yang mempunyai satu tujuan dalam hidupnya, yaitu menyenangkan semua orang. Melakukan komunikasi dengan tipe penyenang memang dapat menyenangkan, karena dia akan mengangguk-angguk saja dan selalu meng ”iya” kan semua pesan informasi yang dia terima tanpa memberikan tanggapan lebih menjauh, jadi pola komunikasi seperti ini dapat mendangkalkan hubungan antar pribadi. Sulit untuk mengetahui isi hati dari individu tipe penyenang ini, karena dia tidak terbuka dalam berkomunikasi, ketidakterbukaan itu justru cenderung membuat individu tersebut memendam semua perasaan dalam hati dan pikirannya. Jika tidak tertahankan, ia mudah menjadi orang yang depresi, tertekan, dan tidak bahagia, biasanya akan cenderung pendiam. Dapat diketahui bahwa pola komunikasi melambangkan kepribadian seseorang anggota komunitas yang sesungguhnya, namun bisa juga hal tersebut merupakan pola yang sedang dipelajari. Dalam komunitas *Punk* untuk mendapatkan penerimaan dari anggota lain, seorang individu terpaksa mengikuti pola komunikasi anggota komunitas yang lain, sehingga pola komunikasi tersebut dapat dipahami semua orang atau bersifat *universal*. Jika pola komunikasi anggota tersebut memang merupakan suatu kepribadian sendiri, tentu saja tetap memerlukan koreksi, misalnya dengan meminta tanggapan orang lain di dalam komunitas. Sehingga pola komunikasi yang dimiliki setiap anggota komunitas dapat menciptakan komunikasi yang efektif dan mampu menyelesaikan permasalahan di dalam komunitas sehingga dapat mempererat persahabatan diantara anggota-anggota komunitas *Punk*.

b. Pemanfaatan Media Komunikasi *Punk* di Kota Semarang oleh anggotanya, dalam rangka menjaga keharmonisan antar komunitas, dilakukan dengan menempuh kegiatan berkomunikasi dan menyampaikan pesan informasi kepada anggota lain, mayoritas para individu di dalam komunitas *Punk* menggunakan sebuah media komunitas mereka yang biasa disebut *Zine*., *Zine* adalah sebuah media yang tidak untuk dikomersilkan, dan hanya dikonsumsi atau digunakan oleh komunitas *underground*, isinya mengutamakan tentang berbagai permasalahan komunitas, kritik terhadap pemerintahan yang memihak kepentingan sendiri yang tidak memperdulikan nasib rakyat jelata, maupun isu sosial yang terjadi di dalam masyarakat. *Zine* juga merupakan sebuah media perlawanan terhadap sistem hukum dan pemerintahan yang memihak terhadap kalangan atas. Penggagas *Zine* adalah para individu di dalam komunitas *Punk* yang memahami dan memiliki pengetahuan tentang hal tertentu dan peka terhadap permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat, dan ingin mengembangkan komunitas *Punk* agar dapat dikenal oleh masyarakat luas dan juga masyarakat dapat mengetahui apa arti sebenarnya *Punk* itu. Pelaksanaan beragam tujuan tersebut maka, dengan sukarela beberapa individu di dalam komunitas *Punk* membuat dan kemudian membagikan *zine* secara gratis saat sedang ada acara *Gigs* berlangsung. Dalam proses komunikasi tersebut, mereka juga menggunakan media yang lebih moderen seperti internet. Meskipun mereka mempunyai media komunitas sendiri dan banyak hidup di jalanan, banyak dari anggota komunitas juga mempunyai akun jejaring *Friendster*, *Facebook*, *MySpace*, bahkan hingga *Blog*.. Dengan menggunakan

jejaring tersebut para anggota komunitas *Punk* dapat berkomunikasi dan berbagi pesan informasi atau saling menyapa dengan kawan-kawan mereka dari komunitas lain hingga keluar kota, dalam rangka menjaga silaturahmi, mempererat tali persaudaraan, dan kedekatan meskipun telah lama mereka tidak bertemu.

IMPLIKASI

1. Teoritis

Penelitian ini memberikan implikasi teoritis bahwa kajian terhadap Pola Komunikasi yang Dilakukan antara Anggota Komunitas *Punk* di Kota Semarang. hubungan antar teori fungsional, media komunitas, dan teori pemikiranlah yang menjadi acuan dasar peneliti dalam melakukan penelitian di dalam komunitas ini. Berawal dari teori fungsional yang mengacu pada bagaimana para anggota komunitas mengungkapkan kesulitan dalam menghadapi sebuah permasalahan atau isu, bagaimana menjelaskan kronologi permasalahan, dan bagaimana para anggota komunitas menganalisis permasalahan yang sedang dihadapi hingga menemukan solusi. Dan dalam menyampaikan permasalahan yang terjadi kepada individu lain di dalam komunitas.

2. Metodologis

Implikasi metodologis penelitian ini adalah bersifat deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif dengan perspektif *interpretive*. Metode ini digunakan untuk mencari data melalui interpretasi dari informasi yang didapat dari para informan untuk mengkaji pola komunikasi dan pemanfaatan media yang dilakukan oleh anggota komunitas *Punk* di Kota Semarang.

3. Praktis

Digunakan sebagai masukan bagi peneliti-peneliti di waktu mendatang tentang bagaimana memahami pola komunikasi yang terjadi di dalam komunitas *Punk*, dan kepada khalayak luas agar dapat lebih mengenal apa itu sebuah komunitas *Punk*. Dengan penyajian yang bersifat *universal* sehingga dapat dengan mudah diterima oleh khalayak luas. Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan menyumbangkan cara-cara memahami dan mendeskripsikan berbagai pola pemanfaatan media komunikasi untuk menjaga keharmonisan diantara anggota komunitas *Punk* di kota Semarang ini.

Untuk komunitas *Punk* diharapkan mampu menjadikan pembelajaran dalam hal yang berhubungan dengan kehidupan berkomunikasi mereka, agar mampu menelaah sisi positif dalam pola komunikasi dan merubah sisi negatifnya sehingga pola komunikasi di dalam komunitas *Punk* menjadi lebih efisien dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Edisi 5. Jakarta: Professional Books.
- Littlejohn, Stephen. W. 1992. *Theories of Human Communication*. (Edisi 2). New Mexico: Wadsworth Publishing Company Albuquerque.
- Littlejohn, Stephen. W. 1996. *Theories of Human Communication*. Sixth Edition. USA: Wadsworth Publishing Company.
- Marhaeni, Fajar. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga
- McQuail, Dennis. 1996. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Edisi kedua. Bandung: Erlangga.
- <http://anyer-panarukan.blogspot.com/2008/04/punk-sebuah-pergerakan-yang-menjadi.html/> oleh *Japro* di Kamis, April 10, 2008. diunduh 10 Mei 2011 23.00 WIB
- <http://deathlock.wordpress.com/2007/11/26/kekuatan-opresif-kelompok-mayoritas/> by *Xaliber* on *Senin, 26 November 2007* • Permalink Posted in Social, Trash Tagged kajian sederhana, repost, revisi, sosial, sosiologi/ diunduh 10 Mei 2011 pukul 23.30 WIB
- <http://rumahtulisan.blogspot.com/2004/05/musik-rambut-dan-pemberontakan.html/> Diposkan oleh *yes.i.do* di 8:55 AM / diunduh 10 Mei 2011 Pukul 24.15 WIB
- <http://hooliganpunk.wordpress.com/2010/02/28/perkembangan-punk-di-indonesia/> Oleh : *Aep Maulana* 2010/02/28 / diunduh 11 January 2012, 11:30:20 WIB

