

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari keberadaan musik yang telah dikenal sejak zaman kuno. Pada masa itu, musik digunakan dalam berbagai aktivitas. Mulai dari ritual keagamaan, upacara adat, perayaan, hingga sarana hiburan. Seiring dengan perkembangan zaman, musik semakin melekat dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi bagian penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, musik juga mampu mempengaruhi kondisi emosional seseorang. Melalui musik, individu dapat menyalurkan serta mengungkapkan perasaan yang dimilikinya. Daya tarik musik terletak pada kemampuannya menghadirkan ekspresi personal dan menciptakan beragam suasana (Surya, 2022).

Musik memiliki beragam jenis genre yang berkebang di dalamnya, genre musik merupakan salah satu metode umum digunakan untuk mengelompokkan koleksi musik digital. Pengelompokan database atau katalog musik berdasarkan genre memudahkan pendengaran dalam menemukan lagu-lagu dengan karakteristik serupa sesuai dengan selera dan preferensi mereka (Ayu. 2020). Perkembangan zaman pada saat ini genre musik semakin banyak, seperti, *pop*, *metal*, *hardcore*, *reggae*, *punk*, *pop punk*, dan lain sebagainya. Genre-genre tersebut sangat mudah diterima oleh banyak elemen yang ada di Indonesia, sebab dengan bertambahnya genre yang bermunculan menambah warna baru dari musik yang terdapat di Indonesia. Kebanyakan dari penikmat musik di Indonesia bukan hanya menikmati musiknya saja tetapi juga memaknai musik yang mereka dengarkan.

Genre musik *punk* mulai berkembang pada dekade 1970-an di Inggris sebagai bagian dari gerakan kaum muda yang berasal dari kalangan kelas pekerja. Kemunculan gerakan *punk* oleh berbagai persoalan sosial dan ekonomi yang terjadi pada masa itu, termasuk krisis keuangan serta menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap tokoh-tokoh politik. Melalui musik, kelompok *punk* menyampaikan kritik dan sindiran terhadap para penguasa dengan gaya khas mereka sendiri. Hal tersebut tercermin dalam lirik lagu yang cenderung lugas, keras dan kerap

menggunakan ungkapan bernada kasar sebagai bentuk perlawanan sosial (Adha dan Riki W. 2016). Pada dekade 1990-an, genre musik *punk* mulai masuk dan berkembang di Indonesia, meskipun pada awal kemunculannya belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Penilaian tersebut dipengaruhi oleh pandangan bahwa lirik-lirik dalam musik *punk* dianggap kurang sesuai bagi perkembangan remaja pada masa itu, namun memasuki tahun 2000-an, musik *punk* mulai memperoleh tempat di kalangan masyarakat lokal dan mengalami perkembangan yang cukup pesat. Masa tersebut bahkan sering dianggap sebagai periode kejayaan musik *punk* di Indonesia. Banyak remaja mulai membentuk grup band beraliran *punk* serta mengekspresikan perasaan, kritik sosial, dan pengalaman pribadi melalui lirik lagu yang mereka ciptakan.

Pop-punk merupakan salah satu subgenre musik *punk* yang lebih mudah diterima oleh masyarakat karena memadukan unsur *punk* dengan elemen musik *pop*. Perpaduan tersebut membuat musik *pop-punk* terdengar lebih ringan, melodis, dan mudah dinikmati oleh berbagai kalangan. Oleh karena itu, genre *pop-punk* cenderung lebih populer di kalangan remaja serta memiliki tempat tersendiri dalam industri musik (Pradipta, 2024). Tema-tema yang diangkat dalam genre *pop-punk* umumnya berkaitan dengan realitas kehidupan remaja, seperti percintaan, persahabatan, perjalanan hidup, hingga persoalan keluarga. Lirik pada musik *pop-punk* cenderung mudah dipahami dengan pengalaman sehari-hari. Selain itu, irama yang energik dan sedikit menghentak tetap dikemas dengan melodi yang nyaman didengar serta mudah dinikmati. Band-band bergenre *pop-punk* juga memiliki karakteristik tersendiri, baik dari segi musikalitas maupun penampilan para personelnnya di atas panggung. Gaya berpakaian para anggota band sering kali turut mempengaruhi gaya *fashion* para penggemarnya. Genre ini lebih banyak menyasar kalangan muda karena menghadirkan melodi yang mudah diingat serta aransemen musik yang menarik. Meskipun mengandung unsur *pop*, *pop-punk* tetap mempertahankan tempo cepat dan energi khas musik *punk* yang menjadi daya tarik utamanya. Secara umum, musik *pop-punk* kerap menggambarkan pengalaman hidup, keresahan, dan rasa ketidakpuasan yang dialami oleh generasi muda.

“*Stand Here Alone*” adalah sebuah grup band asal Indonesia yang memiliki aliran musik *pop punk*. Grup band ini terkenal dengan lirik lagu yang mengusung tema tentang sosial, seperti hubungan pertemanan, kehidupan sehari-hari, tentang percintaan, dan pencarian identitas yang mencerminkan generasi muda. Grup band

“*Stand Here Alone*” sudah berdiri pada tahun 2010-an yang sudah memiliki beberapa album dan *single* yang populer di kalangan pecinta musik beraliran pop punk di Indonesia. “*Stand Here Alone*” sering tampil pada berbagai festival musik serta merilis beberapa lagu yang mendapatkan perhatian di kalangan pendengarnya. Popularitas yang dimiliki oleh grup band *Stand Here Alone* juga dipicu oleh kehadiran *platform* digital yang memungkinkan lagu-lagu dari grup band ini dapat dijangkau lebih luas oleh pendengar musik di Indonesia. Dengan gaya yang ciri khas, memiliki lirik yang *relatable* dan mudah untuk didengar *Stand Here Alone* berhasil menarik perhatian para penggemar musik Indonesia dan menjadi bagian dari perkembangan musik alternatif di tanah air. Setiap anggota dari grup band “*Stand Here Alone*” membawa pengaruh dan memiliki ciri khas sendiri, hal ini menciptakan suara yang unik dan khas dari grup band “*Stand Here Alone*”. Setelah grup band “*Stand Here Alone*” merilis beberapa album dan *single* mereka mulai tampil dalam berbagai acara festival musik yang dimana hal ini sangat membantu mereka dalam membangun reputasi di komunitas musik lokal. Respon positif dari penonton membuat mereka menjadi bersemangat dalam menciptakan karya-karya baru. “*Stand Here Alone*” terus mengeksplorasi tema-tema yang relevan bagi para generasi z, hal ini menjadikan mereka salah satu band yang diakui dalam skena musik alternatif di Indonesia. Selain musik, “*Stand Here Alone*” juga aktif dalam menciptakan *merchandise*, seperti *t-shirt* dan aksesoris lainnya, yang memungkinkan para penggemar untuk mengekspresikan dukungan mereka. *Merchandise* ini tidak hanya menjadi simbol afiliasi dengan band, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi identitas dan aspirasi generasi muda (Setyadiwiry, 2021).

Konsumsi dalam masyarakat modern tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas untuk memenuhi kebutuhan, melainkan juga menjadi sarana dalam hubungan perbedaan status, simbol, serta prestise sosial. Fenomena tersebut menandai lahirnya masyarakat konsumeris, yaitu kondisi ketika hubungan manusia dengan barang konsumsi berkembang menjadi bagian dari pembentukan identitas sosial. Dalam situasi ini, objek konsumsi memiliki makna yang lebih luas karena digunakan untuk menunjukkan citra diri maupun posisi seseorang di tengah lingkungan sosialnya. Pada ranah musik, praktik konsumsi turut berperan dalam pembentukan identitas suatu subkultur. Melalui berbagai simbol, atribut, dan gaya tertentu tertentu, komunitas musik menciptakan karakter khas yang membedakannya dari kelompok

masyarakat lain. Musik tidak lagi sekedar dinikmati sebagai hiburan, tetapi juga dijadikan media representasi identitas budaya dan gaya hidup. Perilaku tersebut kemudian memunculkan perilaku konsumtif di kalangan penggemar (Fatimah, 2024).

Musik bisa dianggap sebagai salah satu elemen dari budaya modern yang menciptakan peluang baru yang sering disebut penggemar. Kegiatan membeli barang-barang yang terkait dengan band menjadi hal umum di kalangan penggemar band musik, baik melalui pembelian *merchandise* mengenai grup yang mereka cintai atau dengan menghadiri konser dari band favorit mereka. Di zaman digital ini, generasi z telah muncul sebagai salah satu kelompok usia yang sangat berpengaruh dalam dunia pop dan aspek sosial. Mereka terkenal karena kemampuan mereka dalam mengekspresikan diri melalui beragam saluran termasuk *fashion*, seni, maupun musik. Salah satu cara ekspresi yang semakin diminati adalah *merchandise*, terutama kaos (*t-shirt*), yang tidak hanya berfungsi sebagai busana, tetapi juga sebagai alat untuk menyampaikan pesan serta identitas diri. Penggunaan *merchandise* dari sebuah band dapat memperluas kebedaannya ke audiens yang lebih luas. Barang-barang seperti poster, stiker, kartu ucapan, tas belanja, dan *t-shirt* mampu membantu sebuah grup musik untuk menjangkau orang lebih banyak dengan melibatkan mereka yang memakai barang-barang tersebut (Oktavian A, 2024). Saat ini, banyak grup band yang tidak hanya berfokus pada karya musik, tetapi juga memproduksi berbagai *merchandise* untuk diperjualbelikan kepada para penggemarnya. Produk-produk tersebut umumnya menjadi bagian identitas band sekaligus sarana untuk mempererat hubungan dengan para fans. Dalam proses pemasarannya, beberapa grup band telah memiliki *official store*, baik dalam bentuk toko daring maupun toko fisik. Selain itu, tidak sedikit pula band yang membuka *both* penjualan *merchandise* pada berbagai acara atau festival musik yang mereka ikuti sebagai bentuk promosi sekaligus strategi pemasaran kepada para penonton dan penggemar.

Pada saat ini persaingan antar perusahaan maupun para musisi menjadi semakin sengit, banyak musisi atau kelompok band yang memulai promosi band mereka melalui usaha penjualan *merchandise*. Dengan berpartisipasi dalam perdagangan produk, mereka berupaya untuk meningkatkan kesetiaan serta menjaga agar konsumen atau penggemar tetap mengenal band tersebut di kalangan fans

(Yuniar & Aziz. 2023). *T-shirt* sebagai sarana ungkapan memberikan kesempatan bagi orang untuk mengekspresikan nilai-nilai dan jati diri mereka secara visual. Melalui berbagai desain, kata-kata, dan lambang yang ada di *t-shirt*, mereka bisa menampilkan keterikatan mereka dengan kelompok tertentu serta menyampaikan pesan yang terkait dengan pengalaman dan rintangan personil. Dengan demikian, *t-shirt* bukan hanya sekadar produk fisik, tetapi juga representasi dari nilai-nilai, aspirasi, dan perjuangan generasi Z dalam konteks pemakaian musik.

Merchandise merupakan sebuah produk yang berkaitan dengan barang yang diproduksi oleh suatu merek yang ditujukan untuk pasar dari pencipta *merchandise* sebagai kebutuhan bagi pelanggannya. *Merchandise* yang sesuai dengan identitas merek serta tren pasar dapat menjadi strategi yang ampuh untuk memperkenalkan merek yang baru dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen muda di Indoneisa (Sari & Prasetyo, 2023). *Official merchandise* merupakan istilah yang digunakan untuk meenyebut produk resmi yang diproduksi maupun dipasarkan langsung oleh pemilik merek atau pihak retail yang bekerja sama dengan produsen. Produk resmi tersebut umumnya dipasarkan melalui toko fisik (*offline store*) maupun toko daring (*online store*) guna memudahkan konsumen dalam melihat, memilih, dan membeli barang atau jasa yang diinginkan. Kehadiran kedua bentuk layanan tersebut memberikan kases yang lebih praktis bagi para penggemar maupun konsumen dalam memperoleh produk asli. Selain itu, pembelian melalui *official merchandise* juga membantu konsumen menghindari peredaran barang tiruan serta berbagai bentuk penipuan yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

Berdasarkan observasi pra penelitian dari penulis melalui *platform Instagram* dari @shaofficialmerch bahwa *merchandise* yang terkait dengan musik seperti kaos, berfungsi sebagai simbol afiliasi dan bentuk nyata dari kecintaan terhadap musik. Konsep "*Stand Here Alone*" di dalam merchandise ini mencerminkan suatu pernyataan yang kuat tentang individualisme di tengah tekanan sosial yang sering menuntut konformitas. Produk-produk tersebut tidak hanya dipandang sebagai barang komersial semata, melainkan juga menjadi simbol yang merepresentasikan nilai, keyakinan, serta pandangan hidup yang dianut oleh komunitas. *Merchandise* kemudian memiliki makna yang lebih luas karena berfungsi sebagai penanda identitas sosial bagi para anggotanya. Melalui

penggunaan *merchandise*, anggota komunitas dapat membangun rasa kebersamaan sekaligus menunjukkan karakter dan keunikan diri masing-masing dalam lingkungan sosial mereka. Membeli *merchandise* original dari toko “*Stand Here Alone*” resmi bagi para penggemar menjadi suatu kebanggaan tersendiri karena hal ini tidak berkaitan dengan hal materi saja, melainkan dengan identitas komunitas, nilai-nilai yang dianut oleh penggemar, dan sebagai bentuk *support* bagi band “*Stand Here Alone*”. Memiliki *merchandise* original dapat memungkinkan penggemar untuk mengekspresikan diri mereka secara visual dan menunjukkan kecintaan mereka terhadap band “*Stand Here Alone*”. Setiap barang yang diluncurkan dari toko resmi yang dimiliki oleh band “*Stand Here Alone*” memiliki cerita dan maknanya masing-masing. Membeli atau memiliki barang yang ada pada *merchandise* dari toko resmi memiliki kenangan atau momen tersendiri bagi para penikmat atau penggemar band, hal ini membantu membangun kenangan yang berharga karena dapat memperkuat koneksi emosional dengan musik.

Dalam platform *instagram* @shaoofficialmerch hasil observasi menunjukkan bahwa *t-shirt merchandise Stand Here Alone* menjadi salah satu produk utama yang diproduksi melalui toko resmi grup band tersebut. Produk ini dirancang dengan mempertimbangkan aspek visual dan kenyamanan pengguna, sehingga tersedia dalam beragam ukuran serta pilihan warna dengan penggunaan bahan berkualitas yang mendukung ketahanan dan kenyamanan saat dikenakan. Tampilan desain pada *t-shirt* mengusung berbagai unsur visual yang merepresentasikan identitas komunitas, mulai dari logo band *Stand Here Alone*, ilustrasi yang terinspirasi dari judul lagu, hingga simbol-simbol tertentu yang menggambarkan nilai serta karakter komunitas penggemarnya. Slogan *Stand Here Alone* dijadikan sebagai pesan sentral yang tidak hanya merefleksikan makna keteguhan dan keberanian dalam menghadapi berbagai tantangan, tetapi juga menggambarkan semangat kemandirian serta keunikan identitas individu di dalam suatu komunitas. Kehadiran desain pada *official merchandise* tersebut bukan semata-mata berfungsi sebagai media promosi grup band, melainkan juga dimanfaatkan untuk memperkenalkan *single* maupun lagu terbaru yang mereka rilis kepada para penggemar. Selain itu, beberapa koleksi *t-shirt official merchandise Stand Here Alone* juga dihasilkan melalui kolaborasi dengan grup band ataupun penyanyi solo lain yang memiliki karakter visual dan ciri khas desain tersendiri.

Melalui observasi yang dilakukan oleh penulis, musik menjadi unsur yang sangat mendasar dalam keberadaan komunitas FOSHA Madura karena terbentuknya fandom ini berawal dari ketertarikan bersama terhadap grup band *pop-punk Stand Here Alone*. Kesamaan minat tersebut kemudian melahirkan sebuah komunitas penggemar yang berkembang di wilayah Madura, sebagai ruang untuk menyalurkan apresiasi terhadap musik sekaligus budaya yang mereka gemar. FOSHA Madura hadir tidak hanya sebagai kelompok penggemar, tetapi juga sebagai wadah sosial yang mempertemukan para anggotanya untuk saling berbagi pengalaman, memberikan dukungan, dan membangun hubungan yang lebih dekat satu sama lain. Interaksi antaranggota berlangsung melalui beragam aktivitas, baik yang dilakukan secara daring maupun tatap muka, sehingga mampu mempererat solidaritas, rasa kekeluargaan, serta hubungan pertemanan di dalam komunitas tersebut.

Dari yang sudah dipaparkan pada latar belakang diatas penelitian ini memiliki fokus tentang bagaimana komunitas FOSHA Madura dalam memaknai musik melalui *merchandise* terutama *T-Shirt* keluaran dari *official store* baik *online* maupun *offline* dari grup band “*Stand Here Alone*”. Pada desain-desain yang terdapat simbol-simbol dan makna-makna yang terkandung dalam desain *tshirt* tersebut. Penelitian ini menggunakan teori Interaksionisme Simbolik dari George Herbert Mead untuk mengungkap makna dari pesan yang terkandung dalam *t-shirt merchandise* dari “*Stand Here Alone*”. Dari latar belakang inilah terbentuk judul “*Pop-Punk Fashion Style: Interaksionisme Simbolik pada T-Shirt Stand Here Alone Sebagai Bentuk Ekspresi diri dari Komunitas Musik Di Bangkalan Madura*”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana interaksionisme simbolik pada *merchandise* “*Stand Here Alone*” sebagai bentuk ekspresi identitas komunitas musik FOSHA di Bangkalan?.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana interaksionisme simbolik pada *merchandise* dari “*Stand Here Alone*” sebagai bentuk ekspresi identitas komunitas musik FOSHA Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian diatas bertujuan untuk memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat dari penelitian ini diharapkan konsisten dengan masalah yang diangkat, maka penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan pada pemaknaan dari simbol-simbol atau pesan yang terdapat pada *merchandise*.
- b. Menjadi referensi dan tambahan informasi bagi peneliti selanjutnya mengenai topik pemaknaan musik.
- c. Menjadi penelitian yang dapat menambah, memperbaiki dan mengembangkan penelitian yang sudah ada
- d. Mengetahui dan memahami tentang konsep dari George Herbert Mead tentang Interaksionisme Simbolik.

2. Secara Praktis

- a. Bagi komunitas
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pemaknaan dari sebuah produk yang memiliki makna dari tiap-tiap desain yang dikeluarkan.
- b. Bagi pembaca
Semoga dapat menjadi acuan ataupun menambah wawasan dari para pembaca mengenai pemaknaan dari sebuah produk *merchandise*.
- c. Bagi peneliti
Menambah pengetahuan baru bagi peneliti tentang pengaplikasian teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead.