

**PERAN DISTRO SEBAGAI RUANG SOSIAL
EKONOMI PADA PECINTA MUSIK
*UNDERGROUND METAL***

(Studi Kasus: Distro dan Komunitas di Bekasi)



Meliana Arini

4825127012

**Skripsi Ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Meliana Arini

No. Registrasi : 4825127012

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Peran Distro Sebagai Ruang Sosial Ekonomi Pada Pecinta Musik Underground Metal (Studi pada: Distro dan Komunitas di Bekasi)*" ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Jakarta, 17 Februari 2017



Meliana Arini

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial



No	Nama	TTD	Tanggal
1.	<u>Abdi Rahmat, M.Si</u> NIP. 19730218 200604 1 001 Ketua Sidang		17-2-2017
2.	<u>Achmad Siswanto, M.Si</u> NIDK. 8846100016 Sekretaris Sidang		17-2-2017
3.	<u>Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si</u> NIP. 19781001 200801 2 016 Penguji Ahli		1-2-2017
4.	<u>Yuanita Aprilandini, M.Si</u> NIP. 19800417 201012 2 001 Dosen Pembimbing I		13-2-2017
5.	<u>Dian Rinanta Sari, S.Sos., M.A.P</u> NIP. 19690306 199802 2 001 Dosen Pembimbing II		14-2-2017

Tanggal Lulus: 24 Januari 2017

ABSTRAK

Meliana Arini, Peran Distro Sebagai Ruang Sosial Ekonomi Pada Pecinta Musik *Underground Metal* (Studi Kasus Distro dan Komunitas di Bekasi) Skripsi: Jakarta. Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai peran distro yang dimanfaatkan sebagai ruang sosial ekonomi bagi pecinta musik *underground metal* dengan studi kasus pada distro dan komunitas musik metal di Bekasi. Distro tidak saja menjadi lahan ekonomi saja tetapi banyak macam fungsi yang terdapat pada distro, yakni distro sebagai tempat nongkrong komunitas, distro sebagai tempat kebebasan berekspresi, distro sebagai ekonomi kreatif, yang kemudian beberapa aspek tersebut dikonstruksikan dalam suatu proses ekonomi dalam balutan sosiologi ekonomi. Hal ini tentu saja berkaitan erat dengan musik *underground* yang mereka minati dan penggemar yang tergabung dalam komunitas tersebut dapat memanfaatkan distro dengan berbagai fungsi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Subyek penelitian ini berjumlah 6 orang. Subjek dalam penelitian ini dibagi dua, yakni informan kunci dan informan. Informan kunci adalah para pengelola distro yang berjumlah 3 orang, yakni Bayu sebagai pemilik *Suckit Stuff*, Anton sebagai pemilik *Underground Touch*, dan Ricky sebagai pemilik Distro Moshpit. Informan tambahan berjumlah dua orang yaitu anggota dari dua komunitas metal di Bekasi dan 1 informan merupakan triangulasi data. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara mendalam, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi dan analisis data.

Berdasarkan penelitian di lapangan, peneliti mendapatkan berbagai hasil temuan penelitian yang merupakan adanya proses ekonomi yang terjadi dalam usaha distro *underground metal*. Proses tersebut tidak lepas dari produksi, distribusi dan konsumsi. Adanya komunitas yang turut andil dalam keberadaan distro sehingga distro dapat menjadi ruang sosial ekonomi. Distro yang dikelola dan adanya indikasi membentuk ekonomi kreatif dengan suatu nilai-nilai kebebasan dalam berkarya dan memiliki keterlekatan dalam usaha distro.

Kata Kunci: *Distro, Komunitas, Ruang Sosial Ekonomi.*

ABSTRACT

Meliana Arini, *Distro's Role as Socio-economic Space On Metal Underground Music Lovers. Case Study in Distro and Community in Bekasi. Undergraduated Thesis*, Jakarta: Departement of Sociology, Faculty of Social Sciences, State University of Jakarta. 2017.

This study aims to describe the role of distribution outlets or Distro which is used as the socio-economic space for music lovers of Underground Metal with a case study on the distro and metal music community in Bekasi. Distro not only be in economic, but many kinds of functions contained in distro, which is distro as a community hangout, as a place of freedom of expression, and as the creative economy, which then is constructed in several aspects were wrapped in process of economic sociology. This is of course closely related to the music they are interested and enthusiasts who are members of the community can take advantage of distro with different functions.

This study used a qualitative approach with case study method. The subject of this research amount to 6 people. Subjects in this study were divided into two, namely the key informants and informant. The key informant was the owners of distro totaling 3, which is Bayu as the owner Suckit Stuff, Anton as the owner Underground Touch, and Ricky as the owner Moshpit Store. Additional informant amounting in two persons, namely two members of the metal community in Bekasi and one informant is a triangulation of data. Data collected by in-depth interviews, observation, library research, documentation and analysis of data.

Based on research in the field, researchers get a variety of research findings is the economic process that occurs in the underground metal distribution outlets business. The process cannot be separated from the production, distribution and consumption. Their communities contribute to the existence of distro so that distro can be socio-economic space. Distro are managed and the indication forming creative economy with a value of freedom in the work and has a strong embeddedness in the distro's business.

Keywords: Distro, Community, Social and Economic Space.

MOTTO DAN LEMBAR PERSEMBAHAN

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”

(QS. Al-Mujadilah : 11)

“Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan dan saya percaya pada diri saya sendiri”

(Thomas Alva Edison)

Skripsi ini ku persembahkan untuk Keluarga Tercintaku, Keluarga Supatno. Ayah, Mama, Mba, terima kasih atas dukungan dan kasih sayang kalian yang tak pernah henti. Aku sayang kalian.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya kepada penulis. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan umatnya yang setia hingga akhir zaman. Atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “*Peran Distro Sebagai Ruang Sosial Ekonomi Pada Pecinta Musik Underground Metal. (Studi Kasus: Distro dan Komunitas di Bekasi)*”. Akhirnya penulis telah menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial di Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Zid, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Robertus Robet, MA, selaku Koordinator Sosiologi Pembangunan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Yuanita Aprilandini, M.Si, selaku dosen pembimbing I skripsi. Terima kasih atas semua saran dan bimbingan yang diberikan. Hal itu membuat penulis selalu belajar dan termotivasi menyelesaikan skripsi sesuai dengan waktu yang direncanakan.
4. Ibu Dian Rinanta Sari, S.Sos., M.A.P, selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah memberikan pengarahan dan sumbangan pemikiran bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si, selaku dosen penguji ahli pada sidang skripsi penulis. Terima kasih telah memberikan kritik dan saran terhadap penelitian ini sehingga penulis berusaha untuk memperbaiki skripsi ini agar lebih baik lagi.
6. Bapak Abdi Rahmat, M.Si, selaku ketua sidang skripsi penulis yang telah membantu menyumbangkan pikiran dan sarannya kepada penulis. Serta bapak Achmad Siswanto, M.Si, selaku sekretaris sidang yang telah memberikan saran dan dukungannya kepada penulis.

7. Ibu Dewi Sartika, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah memberikan saran dan dukungannya untuk menjalani setiap mata kuliah yang di ambil di setiap semester.
8. Seluruh dosen-dosen dan staff jurusan Sosiologi FIS UNJ. Terima Kasih banyak untuk ilmu dan wawasan yang diberikan.
9. Sahabat tersayang penulis selama di kuliah, Indira, Juli Maria, Febri, Ayu, Pandan, Nisa, Nisrina, Fitria, Geraldora, dan Maria yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan memberikan semangat yang tiada henti saat penulisan skripsi ini berlangsung dan keep konyol yaa.
10. Teman-teman Sospem Nonreg Angkatan 2012 untuk kebersamaan dan tawa candanya selama ini.
11. Sahabat sedari kecil penulis, Arum, Suci dan Prima. Terima kasih atas dukungan, doa yang diberikan serta keceriaan yang kita lalui bersama. Kita sukses bareng-bareng ya
12. Kepada seluruh informan dari ketiga distro dan informan lain. Terima kasih atas segala informasi yang telah diberikan dan hubungan kerjasama yang telah dibangun selama penelitian ini berlangsung.

Terakhir, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih megandung banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis berharap agar dapat diberikan opini, sumbangan argumen dan saran dalam rangka mengoreksi penelitian ini secara lanjut. Akhir kata, penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kekhilafan penulis, baik selama mengadakan penelitian hingga menyelesaikan skripsi ini. Sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah menjadi pendukung kekuatan di belakang penulis.

Jakarta, Januari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO DAN LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR SKEMA	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis	9
1.6 Kerangka Konseptual	16
1.6.1 Ruang Sosial (<i>Public Sphere</i>).....	16
1.6.2 Embeddedness atau Keterlekatan	17
1.6.3 Komunitas <i>Underground</i>	18
1.6.4 Ekonomi Kreatif	19
1.7 Hubungan Antar Konsep	21
1.8 Metodologi Penelitian	22
1.8.1 Pendekatan Penelitian	22
1.8.2 Subjek Penelitian	24
1.8.3 Peran Peneliti	25
1.8.4 Lokasi dan Tempat Penelitian.....	26
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data	27
1.8.6 Triangulasi Data	28
1.9 Sistematika Penulisan	29

BAB II PERGERAKAN MUSIK *UNDERGROUND METAL* DAN PROFIL TIGA DISTRO

2.1 Pengantar	31
2.2 Potret Musik <i>Underground</i> di Indonesia	32
a. <i>Scene</i> Bandung	33
2.3 Potret Musik <i>Underground</i> di Wilayah Sub Urban Bekasi	34
2.4 Keberadaan Komunitas <i>Underground Metal</i> di Bekasi	37
2.5 Distro sebagai pendukung Musik <i>Underground Metal</i>	39
2.6 Profil Distro 1: <i>Suckit Stuff</i>	40
2.7 Profil Distro 2: <i>Underground Touch</i>	43
2.8 Profil Distro 3: <i>Moshpit Store</i>	46

BAB III PROSES EKONOMI PADA DISTRO *UNDERGROUND METAL*

3.1 Pengantar	50
3.2 Manajemen Produksi Sosial Ekonomi Distro <i>Underground</i>	51
3.3 Pola Jaringan Sosial.....	61
3.4 Peranan Distribusi Pada Distro <i>Underground Metal</i>	63
3.4.1 Distro Sebagai Jalur Distribusi Rekaman.....	63
3.4.2 Keberadaan <i>Fanzine</i> Sebagai Media Bebas Berekspresi.....	66
3.5 Peranan Konsumsi Pada Distro <i>Underground Metal</i>	69
3.6 Faktor Pendukung dan Penghambat Bisnis Distro <i>Underground</i>	73
3.7 Penutup	76

BAB IV PERAN DISTRO SEBAGAI RUANG SOSIAL EKONOMI PADA PECINTA MUSIK *UNDERGROUND METAL*

4.1 Pengantar	79
4.2 Aspek Proses Ekonomi Pada Distro <i>Underground Metal</i>	80
4.3 Fenomena <i>Embeddedness</i> Distro <i>Underground Metal</i>	85
4.4 <i>Distro Underground Metal</i> sebagai Bentuk Ekonomi Kreatif.....	88

4.5 Penutup	92
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Perbandingan Tinjauan Penelitian Sejenis	14
Tabel I.2 Karakteristik Informan	24
Table II.1 Daftar Jenis Barang beserta Harga (1)	42
Table II.2 Daftar Jenis Barang beserta Harga (2)	45
Tabel II.3 Daftar Jenis Barang beserta Harga (3)	48
Tabel III.1 Diferensiasi Jenis Aliran Ketiga Distro	61

DAFTAR SKEMA

Skema I.1 Hubungan Antar Konsep (Skema Berpikir)	22
Skema III.1 Proses Produksi Kaos <i>Official Band</i>	62
Skema IV.1 Pola Konstruksi Ekonomi Distro <i>Underground Metal</i>	84
Skema V.I Pola Strukturasi Ruang Sosial Ekonomi Distro <i>Underground Metal</i>	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Band Asphyxiate	36
Gambar II.2 Komunitas <i>Bekasi Death Metal Horde</i>	38
Gambar II.3 Distro Suckit Stuff	43
Gambar II.4 Distro Underground Touch.....	46
Gambar II.5 Distro Moshpit <i>Store</i>	49
Gambar III.1 Sejumlah Barang di Distro Suckit Stuff	54
Gambar III.2 Ricky, pemilik Distro Moshpit Di tempat produksi <i>T-Shirt</i>	58
Gambar III.3 Sejumlah <i>Merchandise</i> di Moshpit <i>Store</i>	60
Gambar III.4 Sejumlah <i>Fanzine</i> dan Buku di Suckit Stuff	68
Gambar III.5 Komunitas Trigger	72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat adalah satu kata yang menggambarkan suatu kesatuan manusia yang hidup pada satu Negara yang mereka tinggali dan melangsungkan hidupnya. Di tengah kehidupan masyarakat itu terdapat berbagai aspek kehidupan yang didalamnya mengandung banyak unsur serta permasalahan yang mengikutinya. Tentu saja manusia yang paling utama adalah tidak lepas dari sandang, pangan, papan. Selain tiga hal tersebut ada satu aspek yang juga sangat penting perannya dalam kehidupan manusia, yaitu kehidupan sosial. Harus digaris bawahi bahwa sebutan manusia sebagai makhluk sosial adalah wajib dalam mengsunngkan hidupnya. Berbagai lapisan masyarakat pun ada di lingkungan sosial.

Pada khususnya, keberadaan sekelompok manusia dalam bermasyarakat dirasa penting karena demi meningkatkan kesejahteraan dalam kehidupan sosial. Pada lingkup kecil, kebutuhan masyarakat untuk bisa melanjutkan hidup adalah bersosialisasi dan juga membangun ekonomi. Kunci dari hal tersebut adalah, sosial dan ekonomi. Kedua hal tersebut tampaknya tak bisa lepas dari lingkaran hidup karena keduanya merupakan dua hal yang saling membutuhkan. Masyarakat dapat menjadi satu kesatuan kecil yang biasa disebut komunitas atau kelompok. Masyarakat membutuhkan ekonomi tetapi akan sulit jika tidak mempunyai lingkungan sosial yang baik, begitupun sebaliknya. Suatu komunitas atau kelompok juga berdampingan

dengan kehidupan ekonomi dimana saat ini banyak masyarakat yang telah meningkatkan taraf hidupnya dengan berbagai cara yaitu salah duanya adalah bekerja dan juga berdagang yang memanfaatkan kemampuan sosial mereka di tengah kehidupan bermasyarakat.

Berbagai aspek kehidupan dijalani oleh seluruh manusia di bumi ini menjadi hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidupnya. Namun, berkaitan dengan penelitian ini, ruang sosial dan ekonomi menjadi titik tumpu. Dimana dengan berkembangnya kualitas diri pada manusia dapat menciptakan suatu ruang untuk tetap saling bersinggungan antara manusia dengan manusia lainnya, antara kebutuhan dan kebutuhan lainnya. Adapun yang menjadi fokus penelitian adalah pada suatu subkultur di Indonesia yaitu dari Kelompok pecinta musik *Underground Metal*. Masuknya subkultur ini ke Indonesia memberikan dampak yang besar pada perubahan selera masyarakat khususnya kaum muda. Kaum muda lebih menyukai hal-hal yang baru dan menarik untuk dipelajari karena pada dasarnya anak muda masih mencari identitas diri.

Setelah identitas ini didapatkan maka mereka memutuskan untuk memilih, menjadikan *underground* sebagai *way of life* atau hanya sebagai penggemar musik *underground*. Pada saat itu pula perubahan yang terjadi pada anak muda dalam menikmati arus subkultur *underground* yang hadir di Indonesia menuangkan kegemaran dan kecintaannya itu dengan cara yang berbeda-beda. Dulunya aliran ini identik dengan anak-anak urakan, sehingga aliran ini dikenal sebagai aliran ekstrem. Pada dasarnya "*Underground*" adalah sebuah movement atau pergerakan dimana tidak terikat pada suatu korporasi yang bersifat mengikat. *Undeground* bukan hanya

tentang akses, juga bukan deskripsi belaka konteks fisik sebuah musik suatu subkultur¹. *Underground* pada dasarnya adalah praktik, filosofi budaya musik yang ada di luar mainstream. Filosofi ini, bukannya padam atau dihapuskan, sebenarnya sudah muncul kembali melalui inovasi-inovasi baru di media sosial, teknologi digital dan budaya audio.²

Pergerakan “*Underground* ini bersifat *counter culture* atau bisa disebut juga antithesis, atau sangat berbeda dengan pakem-pakem yang ada. Akan tetapi, sekarang ini musik-musik *underground* tidak lagi identik dengan kekerasan, karena peminat *underground* sekarang ini sudah lebih dewasa dan lebih cerdas dalam menyalurkan apresiasi music mereka.³

Mungkin kita sering meremehkan dengan menganggap mereka kaum marjinal, kaum minoritas dengan penampilan yang aneh dan cenderung urakan. Tetapi dibalik itu semua ada beberapa hal yang masyarakat tidak mengetahui lebih dalam. Konsep sosial dalam anak-anak *underground* bahwa kelompok-kelompok kecil atau minoritas, justru memiliki solidaritas kelompok yang sangat tinggi.

Munculnya subkultur *Underground* ini melahirkan beberapa macam jenis aliran atau biasa disebut *scene*, antara lain *Grindcore*, *Death Metal*, *Hardcore*, *Black Metal*, *Heavy Metal*, *Thrash Metal*, *Melodic* dan lain-lain membentuk komunitas

¹ Subkultur: sebuah identitas sekelompok anak muda inggris pertengahan tahun 1970 melawan arus budaya yang berlaku saat itu melalui gaya yang urakan, lusuh dan kotor untuk menggambarkan kemiskinan dan ketertindasan dengan warna musik yang liriknya kebanyakan bertema anti fasis, anti rasis dan *non violence* sebagai bentuk kepedulian terhadap situasi politik yang menindas mereka. Lihat Dick Hebdige, *Subculture The Meaning of Style* (London and New York: Meuten, 1979), hlm 25.

²Stephen Graham, “Where is the Underground?” dikutip dari artikel www.journalofmusic.com, pada tanggal 11 Februari 2016.

³Palti Butarbutar dan Lina Sudarwati, “Kreativitas dan Keberdayaan Ekonomi Komunitas *Underground* di Pematangsiantar”, dalam *Jurnal Perspektif Sosiologi*. Volume 3, No. 1, 2015, hlm 34, dikutip dari www.jurnal.usu.ac.id, pada tanggal 10 Februari 2016.

yang didalamnya merupakan penggemar musik-musik *Underground*. Terdapat komunitas yang tergabung dalam lingkup Negara maupun daerah. Salah satunya untuk *scene Death Metal* terdapat komunitas yang tergabung dari seluruh Indonesia bernama *IDDM* atau *Indonesian Death Metal*. Musik dan Komunitas tidak lepas dari suatu ikatan dan akan terus berdampingan. Adanya nilai-nilai solidaritas hingga nilai ideologis dapat berkumpul menjadi satu untuk semakin membuat suatu komunitas lebih erat dalam menjalin solidaritas dan kebersamaan.

Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh subkultur *Underground* ini adalah membuat distro. Distro mempunyai peran krusial dalam sejarah pendirian distro untuk pertama kalinya oleh *Reverse* yang berlokasi di Bandung dan sebutan untuk pergerakan *underground* di Bandung adalah Bandung *Underground*. Distro yang menyediakan merchandise atau pernak-pernik musik *underground* seperti CD, Kaset, T-Shirt, poster dan lain-lain. Dengan cara itu, *Reverse* membukakan jalan bagi para scenester untuk mengetahui perkembangan musik dari luar negeri. Untuk saat ini, perkembangan distro *Underground* terlebih metal banyak ditemukan di beberapa daerah.

Kawasan Sub Urban menjadi daerah yang sangat mendukung bagi berkembangnya musik *underground* atau subkultur itu sendiri, sebab masyarakat suburban yang cukup padat juga memiliki tingkat kemajemukan yang tinggi sehingga selalu ada celah kecil untuk tetap mengembangkan scene *underground*, khususnya *Metal*. Distro menjadi pilihan musik-musik *Underground* atau *Band Underground Metal* untuk mendistribusikan albumnya.

Seperti kita ketahui, band-band dan musik *underground* yang anti major label, dengan membuat album independen. Berangkat dari distro *underground* ini menjadikan bisnis distro sebagai tempat mencari penghasilan bagi penggemar musik *underground*. Dan membuka kesempatan mereka untuk lebih kreatif memanfaatkan aspek ekonomi dari sisi musik *underground*.

Berawal dari distro *underground* kemudian beberapa tahun belakangan memancing beberapa pengusaha untuk membuka distro dengan konsep yang berbeda yang tentunya jauh dari kesan '*underground*' dan berbentuk *clothing industry* yang lebih menarik perhatian mayoritas kaum muda selain *underground*. Disadari atau tidak, *clothing industry* yang muncul dan berkembang justru memicu perkembangan industri-industri kecil baru yang juga berbasis kreativitas. Lebih spesifik lagi, dalam penelitian ini akan mengangkat suatu tema yang berhubungan dengan pergerakan ekonomi kreatif di kalangan anak muda pecinta musik *Underground*. *Underground* tumbuh di Indonesia pada awal-awal era 90-an.

Perlunya dorongan kuat untuk menggali kreativitas sangat penting bagi setiap orang, terkhusus untuk siapa saja yang ingin terus mencari tahu apa bakat sesungguhnya di dalam diri. Suatu bentuk kreativitas pun tidak hanya didorong oleh kekuatan diri tetapi juga orang lain agar dapat membantu mengevaluasi kemampuan diri serta meningkatkan kualitas dalam mengembangkan produk kreatif serta bernilai guna untuk diri sendiri dan masyarakat. Pada definisi singkat, Ekonomi Kreatif

adalah kekuatan ekonomi yang dibangun dari upaya-upaya kreatif atau dengan menempuh cara-cara kreatif dalam mengoptimalkan potensi-potensi ekonomi.⁴

Perkembangan yang semakin maju khususnya dalam teknologi, komunitas *underground* terus memproduksi hasil music yang kongkrit dengan melakukan rekaman hingga saat ini dapat menghasilkan karya secara independen mulai dari membuat studio rekaman dilengkapi distribusi dan promosinya, lalu membuat *merchandise band* yang dilengkapi dengan t-shirt atau kaos-kaos ala band *underground* serta pernak-pernik seperti gelang atau barang lainnya.

Para pecinta musik *underground* merealisasikan kecintaan dan hobinya tidak hanya dengan menikmati musik tetapi juga merealisasikan secara kongkrit dengan membuka usaha distro atau *distribution outlet* khusus dengan konsep *underground*. Pada penyaluran hobi pada music *underground* ini juga dapat menjalin kerjasama dengan sesama penikmat music *underground* dari berbagai daerah. Pemberdayaan dan kreativitas menjadi hal baru dalam kegiatan bermusik sehingga kebiasaan hobi tersebut tersalurkan melewati bisnis. Kemandirian masyarakat dalam menciptakan peluang kerja dan mampu membangun potensi diri merupakan proses menuju masyarakat yang lebih berdaya.⁵

Demikian juga bila dilihat dari segi ekonomi yang dihasilkan komunitas ini mereka merealisasikan segi ekonomis mereka melalui distro perusahaan sablon dan *printing* yang sudah mulai berkembang dari mulai penjualan dari tangan ke tangan

⁴ Hudaya Latuconsina. *Kreativitas Tanpa Batas: Menuju Ekonomi Kreatif Berbasis Insan Kreatif*. (Jakarta:Mizan Publika, 2010), hlm. 228.

⁵Dwi Rofiatul Hasanah. "Hubungan Karakteristik Sektor Informal dengan Kemandirian Usaha Dagang", dalam *Skripsi Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial*, (Jakarta:Universitas Negeri Jakarta, 2011), hlm 11.

hingga akhirnya memiliki tempat dimana penikmat musik *underground* dapat mencari *merchandise band* yang mereka suka. Selain dari sisi ekonomi, distro juga dapat dilihat dari segi sosial dengan didalamnya terdapat berbagai macam fungsi yang akan menjadi bahan penelitian kali ini. Perkembangan dari segi ini juga yang membantu komunitas ini untuk dapat menghadirkan kontribusi pemerintah untuk mendukung pergerakan mereka, karena tanpa bantuan dari pemerintah karya mereka akan tersendat setidaknya wadah mereka beraksi yaitu tempat pagelaran dapat hadir untuk menemani pedewasaan mereka.

Bertitik tolak dari latar belakang diatas, maka yang menjadi hal menarik dalam pembahasan ini adalah melihat bagaimana image *music underground* yang lekat dengan unsur keras, urakan dan ekstrim dapat memanfaatkan distro tidak hanya dari segi ekonomi tetapi lebih dalam ke segi sosial.

1.2 Permasalahan Penelitian

Munculnya dan berkembangnya distro dengan berbagai tema di Indonesia dan daerah lain yang menghasilkan keuntungan yang menggiurkan tidak saja pada kalangan bisnis orang biasa tetapi juga pada subkultur yang berasal dari suatu komunitas tertentu yang menjalaninya. Maka dirumuskan permasalahannya yakni;

1. Bagaimana proses ekonomi yang berjalan pada distro *underground metal*?
2. Bagaimana peran distro sebagai ruang sosial ekonomi pada pecinta musik *underground metal*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses ekonomi yang berjalan di distro *underground* metal yang dijalankan oleh pecinta musik metal. Serta memaparkan bagaimanaperan distro yang digunakan sebagai ruang sosial ekonomi bagi para pecinta musik *underground*. Hal ini tentunya berkaitan dengan komunitas metal yang mana penampilan mereka didukung oleh adanya distro. Komunitas sangat erat kaitannya dengan musik-musik subkultur yang ada. Berkaitan dengan permasalahan penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan ini meliputi dua hal, yaitu:

- a. Untuk mengetahui bagaimana proses ekonomi yang berjalan di suatu distro *underground* metal
- b. Untuk mengetahui bagaimana peran distro sebagai ruang sosial bagi penggemar musik *underground metal* yang di dalamnya terdapat banyak aspek seperti aspek, sosial, ekonomi dan budaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara teoritik, dengan diadakannya penulisan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada disiplin ilmu-ilmu sosial serta untuk melengkapi studi-studi ilmu sosial yang berkaitan dengan suatu subkultur anak muda terutama dari genre musiknya dan fungsi yang terkandung didalamnya jika di teliti lebih lanjut. Serta hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan studi sosiologi ekonomi yang terjadi dalam distro *Underground Metal* yang begitu terlihat aspek *embeddedness* atau keterlekatan bagi para pecinta musik *Underground Metal* termasuk komunitas.

Serta dapat menambah wawasan berfikir secara ilmu sosiologis serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama di perkuliahan.

Secara praktik, penelitian ini nantinya dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Khususnya dalam penelitian mengenai pemanfaatan distro sebagai ruang sosial ekonomi pada penikmat musik metal *underground* yang merupakan genre musik subkultur terutama di kalangan kaum muda serta makna yang tersembunyi dari menikmati genre musik ini secara lebih jauh.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Ketertarikan akademisi akan tema subkultur beserta aspek di dalamnya, saat ini sudah mulai bertambah. Dari mulai studi mengenai kebiasaan anak muda, pola perilaku anak muda dalam bermasyarakat yang meliputi hobi dan juga dari berbagai lapisan masyarakat dengan penelitian yang berbeda-beda, hingga studi mengenai musikalitas anak muda. Namun, pada penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu lebih berfokus pada keberadaan distro yang dibangun oleh salah satu subkultur anak muda yaitu kultur *underground* metal. Pada masa kini, sudah banyak studi mengenai subkultur dengan berbagai fokus penelitian yaitu seperti konstruksi identitas dan interaksionalisme simbolik serta adanya komunitas di lingkungan penggemar musik *underground* tentunya. Berikut ini merupakan ringkasan beberapa studi mengenai distro metal *underground* dan komunitas yang telah penulis kumpulkan.

Studi Astrid Niagara Larasati. G misalnya, yang berjudul *Konstruksi Identitas Kaum Muda Jakarta Melalui Genre Musik Black Metal (Studi Kasus: Kleompok*

Black Metal di Distro Freestyle, No. 22, Ciracas, Jakarta Timur)⁶, Penelitian ini membahas tentang fenomena sosial yang lahir karena adanya konstruksi identitas kaum muda di mana genre musik dalam proses ini dapat membentuk subjektivitas dan identitas kaum muda. Serta terfokus pada bagaimana pemaknaan kaum muda melalui genre musik yang mereka anut.

Dalam hasil penelitiannya, genre musik Black Metal yang di anut oleh kaum muda di Jakarta hanyalah sebagai gimmick, dan juga menganggap hanya musik serta ada juga yang menganggap Black Metal sebagai jalan hidup. Bagi kaum muda Jakarta, musik *black metal* merupakan jenis musik yang dapat mewakili mereka dalam mengekspresikan dirinya. Sehingga, kaum muda Jakarta hanya mengambil gaya dari musik *black metal* yang dipakai untuk membedakan mereka dengan kaum muda Norwegia. Jadi, fungsi identitas di sini hanya dipakai oleh kaum muda *black metal* Jakarta untuk memberikan gaya yang membedakan satu kelompok anak muda dengan kelompok anak muda lain.

Kemudian ada Studi yang dilakukan oleh Dyah Nurul Maliki yaitu "*Rasionalisasi Identitas Subkultur Pada Komunitas Underground Progressive di Indonesia*"⁷. Tesis ini membahas tentang sebuah komunitas *underground* progressive di Indonesia. Komunitas tersebut memiliki misi yaitu lebih menunjukkan perlawanan dengan budaya dalam praktek kompromistis. Hal ini dilakukan karena komunitas ini

⁶Astrid Niagara Larasati G, "Konstruksi Identitas Kaum Muda Jakarta Melalui Genre Musik Black Metal (Studi Kasus: Kelompok Black Metal di Distro Freestyle, No. 22, Ciracas, Jakarta Timur)", dalam *Skripsi Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial*. (Jakarta: Universitas Negeri Jakarta, 2011).

⁷ Dyah Nurul Maliki. "Rasionalisasi Identitas Subkultur Pada Komunitas Underground Progressive di Indonesia", dalam *Tesis Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, (Depok: Universitas Indonesia, 2006) dikutip dari <http://lib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=115823&lokasi=lokal>, Pada tanggal 11 Februari 2016.

sangat menjunjung kehendak bebas dan rasionalitas manusia sehingga perbedaan didasarnya dapat terjadi. Penelitian yang dilakukan oleh Dyah ini, bertujuan untuk melihat bagaimana komunitas musik *underground progressive* melalui rekaman independen menempatkan diri sebagai subkultur dari kultur dominan masyarakat Indonesia. Selain itu, munculnya musik progressive merupakan suatu bentuk apresiasi seni musik yang jauh dari sentuhan kapitalisme.

Studi terhadap kreativitas kalangan muda juga dilakukan oleh Palti M Butarbutar dan Lina Sudarwati, dalam *Kreativitas dan Keberdayaan Ekonomi Komunitas Underground di Pematangsiantar*⁸. Studi ini dilakukan untuk melihat peran agen sosial dimana agen sosial adalah aktor dalam kreativitas dan keberdayaan ini. Mengamati anggota komunitas yaitu komunitas *underground* yang mendirikan beberapa usaha bisnis yang diharapkan mampu menunjang kehidupan ekonomi sosial mereka. Adanya kemauan dan potensi yang dimiliki oleh komunitas *underground*, hobi mereka terhadap musik *underground* dituangkan melalui berbagai usaha bisnis. Studi ini sangatlah sesuai dengan penelitian yang penulis akan kaji dan menjadi salah satu referensi yang baik dalam penggambaran mengenai peran-peran aktor usaha tersebut.

Studi mengenai Industri kreatif pernah dikaji oleh Rochman Achwan, yang ia beri judul *Kelekatan Kelembagaan: Industri Fesyen Distro di Bandung*⁹. Di jurnal tersebut, argument utama Rochman adalah kelekatan kelembagaan memiliki peran

⁸ Palti M Butarbutar dan Lina Sudarwati. "Kreativitas dan Keberdayaan Ekonomi Komunitas *Underground* di Pematang Siantar", dalam *Jurnal Perspektif Sosiologi* Vol. 3 No. 1, hlm 33, tahun 2015. Diunduh dari www.usu.ac.id, Pada tanggal 12 Februari 2016.

⁹ Rochman Achwan, "Kelekatan Kelembagaan: Industri Fesyen Distro di Bandung", dalam *Jurnal Sosiologi MASYARAKAT*, Vol. 18, No. 2, 2013, hlm 139. Diunduh dari www.journal.ui.ac.id pada tanggal 20 Februari 2015.

sangat penting dalam mempromosikan distro fesyen kreatif di Bandung. Berdasarkan jurnal ini, Rochman berupaya memperkaya perspektif dalam kajian industri kreatif, yakni *cultural entrepreneurship*, *social contract*, dan *contextual knowledge* dengan menggunakan pendekatan institusional. Studi ini menjelaskan, kelekatan antara Negara dan dunia industri fesyen kreatif harus bekerja beriringan yang tidak hanya melihat suatu peluang pasar untuk berbisnis.

Namun, hasil penelitian ini menjelaskan sekaligus menyimpulkan bahwa industri fesyen kreatif di Bandung terindikasi adanya campur tangan oleh aktor bisnis dengan modal besar terhadap pemerintah lokal. Jadi berakibat pada ketidakekatannya industri kreatif dengan pembangunan yang berlanjut. Adanya peran individu atau pemilik industri sebagai perancang kreatif dalam waktu yang sama. Jelas, dalam studi Rochman ini memaparkan peran individu ini sesungguhnya mendorong kerentanan bisnis fesyen itu sendiri.

Di kajian selanjutnya, studi dari Marisol D'Andrea mengenai *The Ontario Curriculum in the Arts and the Creative Economy Agenda*¹⁰, kajian yang menjelaskan perlunya suatu kurikulum yang mengambil tentang ekonomi kreatif dalam dunia pendidikan. Pembahasan ini terkhusus pada kurikulum ekonomi kreatif yang harusnya ada di Ontario, Canada. Peningkatan yang substansif tidak didukung untuk suatu kurikulum agenda ekonomi kreatif di Ontario. Terbatasnya ruang ekonomi kreatif khususnya pada kurikulum perkembangan di sekolah Ontario yang fokus pada pelajaran kesenian.

¹⁰ Marisol D'Andrea, "The Ontario Curriculum in the Arts and Creative Economy Agenda", dalam *Jurnal Arts Education Policy Review* Vol. 113 No.2, 2012. Diunduh dari <http://www.tandfonline.com/loi/vaep20> Pada tanggal 7 Maret 2016.

Di sana sistem pendidikan telah gagal membantu individu untuk memperoleh dan menggali keterampilan untuk potensi yang lebih dari mereka. Perlunya identifikasi mendalam mengenai ekonomi kreatif yang dapat dibangun dari setiap individu dan nantinya akan berguna untuk masa depan, terutama dalam bidang ekonomi Negara.

Tabel 1.1
Perbandingan Tinjauan Penelitian Sejenis

Nama Peneliti	Jenis Publikasi	Tahun Publikasi	Judul Penulisan	Perbedaan	Persamaan
Astrid Niagara Larasati. G	Skripsi	2013	Konstruksi Identitas Kaum Muda Jakarta Melalui Genre Musik Black Metal (Studi Kasus: Kleompok Black Metal di Distro Freestyle, No. 22, Ciracas, Jakarta Timur)	Menjelaskan secara lebih mendalam mengenai pemaknaan diri dan identitas kaum muda <i>Black Metal</i>	Objek penelitian yang dilakukan pada subkultur <i>underground</i>
Dyah Nurul Maliki	Thesis	2006	Rasionalisasi Identitas Subkultur Pada Komunitas <i>Underground Progressive</i> di Indonesia.	Menjelaskan komunitas musik <i>underground progressive</i> melalui rekaman <i>independent</i> -nya menempatkan diri sebagai subkultur dari kultur dominan masyarakat Indonesia.	Objek penelitian yang dilakukan pada subkultur <i>underground</i>
Palti Butarbutar dan Lina Sudarwati	Jurnal	2015	Kreativitas dan Keberdayaan Ekonomi Komunitas <i>Underground</i> di Pematangsiantar	Lebih berfokus pada peran komunitas yang mendirikan usaha bisnis	Konsep musik <i>underground</i>

Nama Peneliti	Jenis Publikasi	Tahun Publikasi	Judul Penulisan	Perbedaan	Persamaan
Rochman Achwan	Jurnal	2013	Kelekatkan Kelembagaan: Industri Fesyen Distro di Bandung	Kajian industri kreatif melalui pendekatan institusional	Objek Penelitian dengan konsep distro
Marisol D'Andrea	Jurnal	2012	The Ontario Curriculum in the Arts and the Creative Economy Agenda	Fokus utama dalam kajian ini adalah menjelaskan kurikulum ekonomi kreatif harus ada di dunia pendidikan	Kajian yang dibahas adalah aspek ekonomi kreatif
Meliana Arini	Skripsi	2017	Peran Distro Sebagai Ruang Sosial Ekonomi Pada Pecinta Musik <i>Underground</i> Metal (Studi Kasus: Distro di Bekasi)	Penelitian ini melihat ruang sosial ekonomi yang dilakukan oleh pecinta musik <i>underground</i> metal.	Objek penelitian yaitu dari suatu komunitas subkultur yang dapat memanfaatkan segi sosial ekonomi.

Sumber: Diolah dari tinjauan sejenis (2016)

Studi pertama yang mengkaji tentang konstruksi identitas kaum muda *black metal* menjadi pilihan tinjauan penelitian sejenis untuk penelitian ini. Hal itu disebabkan karena sama dengan objek penelitian yang peneliti lakukan yaitu dari kalangan subkultur. Lebih fokus pada objek penelitian ini, kepada kaum muda Jakarta yang mengilhami bahwa *Black Metal* hanya sebagai *gimmick* dan meniru saja. Pada penelitian ini yang membedakan adalah dari fokus kajian yaitu lebih ke pada konstruksi identitas

Bagi kaum muda Jakarta, musik *black metal* merupakan jenis musik yang dapat mewakilkan mereka dalam mengekspresikan dirinya. Sehingga, kaum muda Jakarta hanya mengambil gaya dari musik *black metal* yang dipakai untuk membedakan mereka dengan kaum muda Norwegia.

Kemudian ada Studi yang dilakukan oleh Dyah Nurul Maliki yaitu "*Rasionalisasi Identitas Subkultur Pada Komunitas Underground Progressive di Indonesia*". Tesis ini membahas tentang sebuah komunitas *underground progressive* di Indonesia. Perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah melihat lebih jauh rasionalisasi identitas dari subkultur *underground progressive*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah hanya melihat setting sosial dari objek subkultur *underground*, dengan itu peneliti dapat melihat secara lebih luas mengenai dinamika subkultur *underground*.

Selanjutnya perbedaan dan persamaan Studi Kreativitas dan Keberdayaan Sosial Ekonomi Underground di Pematang Siantar ini dilakukan untuk melihat peran agen sosial dimana agen sosial adalah aktor dalam kreativitas dan keberdayaan ini. Persamaannya adalah mengamati anggota komunitas yaitu komunitas *underground* yang mendirikan beberapa usaha bisnis yang diharapkan mampu menunjang kehidupan ekonomi sosial mereka. Secara lebih mendalam, penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih banyak mengambil aspek dan proses ekonomi di dalamnya.

Studi mengenai Industri kreatif pernah dikaji oleh Rochman Achwan, yang ia beri judul Kelekatatan Kelembagaan: Industri Fesyen Distro di Bandung. Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan Rochman Achwan ini memaparkan bagaimana kelembagaan institusional harus mendampingi perkembangan ekonomi kreatif pada setiap daerah. Persamaannya dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah memberikan gambaran lebih pada bentuk ekonomi kreatif dengan berbagai perspektif dan lebih ke proses ekonomi di dalamnya.

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Ruang Sosial (*Public Sphere*)

Konsep ‘public sphere’ pertama kali digagas oleh Jurgen Habermas dalam buku *Strukturwandel der Öffentlichkeit; Untersuchngen zu einer Kategorie der Burgerlichen Gesselschaft* (1962), yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dengan judul *The Structural Transformation of The Public Sphere* pada tahun 1989. Perhatian Habermas tertuju pada bentuk komunikasi umum dan public yang bebas dan terjamin secara institusional. Dalam buku F. Budi Hardiman disebutkan bahwa Habermas berpandangan “hanya kekuasaan yang ditentukan oleh diskusi publik yang kritis merupakan kekuasaan yang dirasionalkan. Diskusi semacam itu hanya mungkin dilakukan di dalam suatu wilayah sosial yang bebas dari sensor dan dominasi.”¹¹ Jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, konsep *public sphere* bisa dikatakan sebagai dunia publik, ruang aktualisasi, maupun ruang sosial.

Konsep *public sphere* ini merujuk pada pentas atau arena di mana masyarakat mampu mengemukakan opini, kepentingan, dan kebutuhan mereka secara diskursif dan bebas dari tekanan siapapun. Sementara itu, dalam buku Madanipour juga disebutkan bahwa public sphere didefinisikan sebagai “ruang sosial” yang terbuka, di mana di dalamnya masyarakat dapat mengekspresikan dirinya secara bebas, tanpa ada tekanan.

Istilah *public sphere* (ruang sosial), digunakan untuk merujuk pada konsep yang jauh lebih luas, yaitu menyangkut tempat, orang (masyarakat), dan peristiwa,

¹¹F. Budi Hardiman, *Menuju Masyarakat Komunikatif Ilmu, Masyarakat, Politik, dan Postmodernisme Menurut Jurgen Habermas*, (Yogyakarta: Kanisius, 1993), hlm. 128.

yang merupakan dimensi *public* kehidupan sosial manusia. Merujuk pada definisi konsep tersebut, penelitian ini cocok dengan konsep distro sebagai ruang sosial ekonomi. Di sini para pemilik distro yang juga pecinta musik *Underground* mereka memiliki jaminan untuk berkarya yang tidak saja dalam bidang ekonomi tetapi mereka lakukan dalam kegiatan sosial. Berkumpul dan berserikat dengan komunitas menyatakan dan mengumumkan opini-opini mereka secara bebas, khususnya dalam desain pada kaos-kaos yang dipasarkan di distro *Underground*.

1.6.2 *Embeddedness* atau Keterlekatan

Konsep keterlekatan dimaknai sebagai konsep yang digunakan untuk melihat eratnya dimensi pemilik distro terhadap aliran musik dari subkultur yang mereka sukai. Hubungan keterlekatan tersebut telah mempengaruhi perkembangan distro secara umum. Konsep keterlekatan dari Granovetter merupakan sebuah konsep yang sesuai dalam menjelaskan fenomena keberadaan distro *Underground metal* karena fenomena tersebut dilatarbelakangi oleh unsur-unsur sosial pada masyarakat.

Suatu pergerakan subkultur terutama dalam arus musik berpengaruh luas pada aspek kehidupan bagi para pecinta musik ini. Secara sosial, budaya dan ekonomi, musik *underground* metal telah mencakup keseluruhan aspek tersebut. Sehingga, penelitian ini cocok dengan konsep keterlekatan yang terjadi di dalamnya yaitu sosial ekonomi. konsep keterlekatan menurut Granovetter adalah “tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat dalam jaringan sosial personal yang sedang berlangsung di antara para aktor”.¹²

¹² Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), hlm 139.

Timbulnya suatu fenomena maupun gejala sosial dalam kehidupan masyarakat, maka akan berdampak pula pada dinamika aktivitas ekonomi didalamnya. Pada pecinta musik *underground metal*, kehadiran distro sangatlah penting karena untuk memenuhi konsumsi penampilan yang mana aliran musik ini sangat kental dengan ciri khas dari penampilan diri. Hal ini yang membuat keterlekatan antara distro dan komunitas sangat kuat karena keduanya saling mempengaruhi satu sama lain dalam kehidupan sosial masyarakat dengan ekonomi.

Teori Granovetter menegaskan bahwa tindakan ekonomi pada masyarakat industri juga melekat pada jaringan hubungan sosial dan institusi lainnya seperti agama, politik, pendidikan, keluarga dan lain-lain.¹³ Maksudnya adalah tindakan ekonomi yang berlangsung dalam keberadaan usaha distro *underground metal* juga terjadi tindakan interaksi sosial. Interaksi tersebut dilakukan antara penjual dengan penjual, pembeli dengan pembeli, bahkan antar pembeli yang kemudian saling berhubungan dan menjalin komunikasi.

1.6.3 Komunitas *Underground*

Komunitas *underground* merupakan suatu komunitas yang melakukan pergerakan secara diam-diam atau tidak diketahui banyak orang. Mereka tidak ingin memilih jalur formal untuk mendirikan suatu perkumpulan. Sisi lain komunitas para pecinta musik ekstrim ini memang sangat mengedepankan kemandirian, begitu pula dengan cara mereka dalam menghasikan karya. Adapun pergerakan komunitas *Underground* terdapat dua macam yaitu *underground* sebagai *way of life* (jalan

¹³ *Ibid.*, hlm, 141.

hidup) dan *Underground* sebagai salah satu musik yang potensial dengan memiliki ciri khas tersendiri.

Terdapat suatu keyakinan dalam diri mereka yaitu jika ingin menyuarakan suara, cukup dengan beraksi dari diri sendiri dan orang-orang sekitar yang dekat. Sehingga komunitas *Underground* lebih condong atau terlihat suatu wadah untuk kumpul atau *nongkrong*¹⁴. Keeksistensian komunitas *Underground* di tengah masyarakat menjadi sesuatu yang baru bahkan aneh di mata masyarakat umum yang lebih menilai komunitas ini dari sisi luar saja yakni dari penampilan dan kebiasaan mereka yang melekat dengan hal-hal yang ekstrim begitu juga kesan hilangnya suatu norma yang ada pada musik *Underground*.

Persamaan keyakinan baik berupa hobi, gaya hidup, paham, dan sebagainya. Diri mereka lah yang membuat persaudaraan mereka lebih erat. Mereka merasa sama rasa, rata dan tanpa perbedaan, terlebih terdorong dari pribadi sendiri yang secara sadar untuk masuk ke dalam komunitas tersebut tanpa paksaan. Berdasarkan pengertian tentang komunitas dan pengertian musik di atas, dapat kita simpulkan bahwa pengertian komunitas musik adalah sekelompok orang yang berinteraksi dan mempunyai kesamaan dan kebutuhan akan berkesenian musik.

1.6.4 Ekonomi Kreatif

Pada dasarnya pertumbuhan ekonomi kreatif digerakkan oleh kapitalisasi kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan produk atau jasa dengan kandungan kreatif. Secara umum dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif adalah sistem kegiatan

¹⁴Wahyu Rizal Hidayat. "Solidaritas Sosial Komunitas Underground Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang", dalam *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2015). Dikutip dari www.umm.ac.id pada tanggal 21 Juli 2016. hlm, 26.

manusia yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa yang bernilai kultural, artistik, estetika, intelektual, dan emosional bagi para pelanggan di pasar. Industri fesyen berada di fase perkembangan yang pesat, tentunya dengan pemanfaatan teknologi sesuai dengan era teknologi saat ini.

Pengembangan industri kreatif menyangkut tujuan pembangunan yang lebih luas dimensinya, seperti penguatan identitas positif, memberikan konsumen barang yang bermanfaat, memperkuat kohesi komunitas, dan aktualisasi ke arah yang lebih tinggi dari kearifan lokal.¹⁵ Kata kuncinya adalah kandungan kreatif yang tinggi terhadap masukan dan keluaran aktivitas ekonomi ini. Istilah ekonomi kreatif memang masih relatif baru. Tidak mengherankan kalau pengertiannya belum didefinisikan dengan jelas.

Secara umum dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif adalah sistem kegiatan manusia yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa yang bernilai kultural, artistik, estetika, intelektual, dan emosional bagi para pelanggan di pasar. Tenaga kerja dan teknologi merupakan dua faktor utama yang harus dimanfaatkan ekonomi kreatif semaksimal mungkin untuk membangun kreativitas dan menciptakan produk kreatif yang memiliki nilai guna serta secara cepat dapat membantu pembangunan perekonomian Negara khususnya Indonesia.

Industri kreatif merupakan cerminan industri dari usaha kecil dan menengah. Kemunculan ekonomi kreatif pada era sekarang ini, di satu sisi dilatari oleh keberadaan pelanggan yang semakin cerdas dengan variasi kebutuhannya yang

¹⁵ *Kelekatan Kelembagaan Industri Distro Fesyen di Bandung 2013*, Op.,Cit., hlm. 140.

berubah dengan cepat dan berkebang menjadi sangat kompleks.¹⁶ Sedangkan di sisi yang lain dilatari oleh berbagai keterbatasan ekonomi informasi yang hanya mengandalkan kemajuan dan penerapan IPTEK, kenyataannya informasi tanpa dikemas sedemikian rupa dengan memadukan kreativitas dan inovasi tidak akan memiliki nilai apa-apa.

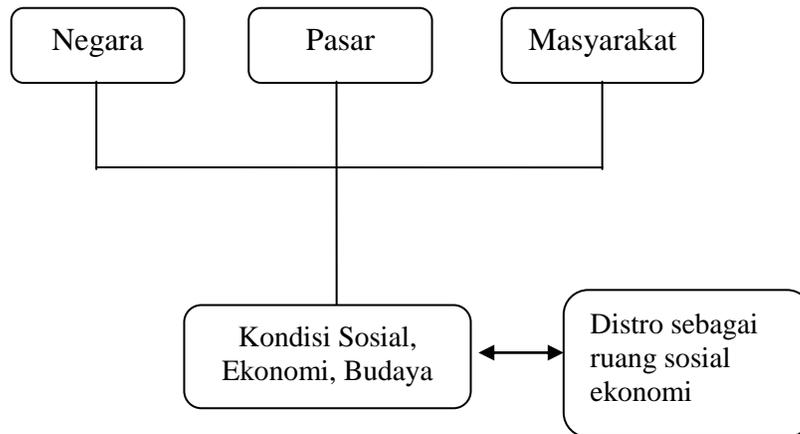
Merujuk pada konsep ekonomi kreatif di atas, penelitian pada distro *Underground* ini merupakan contoh dari perkembangan salah satu subkultur dalam bidang ekonomi khususnya ekonomi kreatif. Mereka mendirikan distro karena terdapat sistem sosial yang melatarbelakangi dan juga kebutuhan akan gaya yang khas dari musik metal tersebut. Keterlekatan atau *embeddedness* yang terjadi terlihat dari berbagai produk yang dipasarkan dan segmentasinya berbeda dengan usaha distro lainnya.

1.7 Hubungan Antar Konsep

Ketiga konsep telah dipaparkan di atas, kesemuanya memiliki hubungan yang saling terkait dan dirumuskan sebagai alat analisis penelitian ini. Keterkaitan hubungan antar konsep ini terletak pada distro sebagai institusi yang menjadi ruang sosial ekonomi serta adanya dukungan komunitas dalam membentuk entitas yang berkaitan dengan distro sehingga dapat menumbuhkan suatu bentuk ekonomi kreatif di kalangan subkultur penggemar musik *underground metal*. Hubungan antar konsep tersebut, peneliti visualisasikan pada skema berikut:

¹⁶Mauled Moelyono. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif*. (Jakarta:Rajawali Press, 2010). hlm, 35.

Skema I.1
Hubungan Antar Konsep (Skema Berpikir)



Sumber: Hasil pengamatan peneliti, (2016)

Penjelasan dari skema I.1, peneliti memiliki pengamatan bahwa kondisi sosial, ekonomi, dan budaya yang melingkupi masyarakat dapat menghasilkan suatu ruang sosial maupun ekonomi sesuai realitas sosial yang ada. Oleh karena itu, kondisi tersebut dipicu oleh adanya kontribusi yang besar dari Negara, pasar dan masyarakat yang tentu saja menentukan suatu struktur yang kemudian munculnya kelompok-kelompok kecil di masyarakat yang dinamakan komunitas.

Keterkaitan konsep tersebut menjadi payung besar dalam penelitian ini dan akan alat analisis dalam hal ruang sosial ekonomi, proses ekonomi dalam distro *underground metal* dimana ide-ide yang dihasilkan dari ruang sosial tersebut adalah suatu ide kreatif di kalangan penggemar *underground metal*.

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kualitatif. Hal ini berdasarkan dengan melihat secara keseluruhan bagaimana pergerakan musik *Underground*,

khususnya di penelitian ini berlokasi di wilayah suburban yaitu Bekasi dengan munculnya distro-distro *Underground* yang ada di wilayah tersebut. Tentunya dengan melihat banyaknya distro, mengartikan pergerakan musik *Underground* khususnya metal juga berkembang pesat, namun peneliti ingin melihat peran distro lebih dalam.

Pendekatan kualitatif memusatkan perhatiannya pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan gejala yang ada dalam kehidupan sosial manusia. Pendekatan kualitatif yang menjadi sasaran kajian atau penelitian adalah kehidupan sosial atau masyarakat sebagai buah satuan atau sebuah kesatuan yang menyeluruh. Pendekatan kualitatif tersebut tidak mengenal adanya sample, tetapi penelitian masalah yang diteliti secara mendalam dan menyeluruh untuk memperoleh gambaran mengenai prinsip-prinsip umum atau pola-pola yang berlaku umum berkenaan dengan gejala-gejala yang ada dalam kehidupan sosial masyarakat yang diteliti sebagai masalah tersebut.¹⁷

Jenis penelitian ini adalah deskriptif analisis, karena data dilaporkan dalam bentuk kata-kata atau gambar-gambar, bukannya dalam bentuk angka. Sedangkan menurut manfaat penelitian adalah jenis penelitian murni. Metode penelitian dalam pengambilan informasi data adalah dengan melakukan observasi langsung di tempat penelitian, wawancara mendalam dengan informan dan dilengkapi dengan studi kepustakaan.

¹⁷ John, W Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), hlm 120.

1.8.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan kunci yang sangat penting dalam metode penelitian kualitatif. Subjek yang peneliti gunakan dalam membuat penelitian ini yakni informan kunci. Alasan peneliti menggunakan penelitian ini karena membutuhkan informan dan informan kunci. Di mana setelah pengamatan yang penulis lakukan mengenai. Distro dimanfaatkan sebagai ruang sosial ekonomi bagi komunitas subkultur *Underground* yakni usaha ini dilakukan secara individual dan mandiri.

Serta untuk mendukung pengumpulan data yang akurat, penulis juga membutuhkan informan tambahan yaitu beberapa anggota komunitas *Underground* yang juga merupakan penggemar musik *Underground*. Adapapun yang berperan sebagai informan kunci dalam penelitian ini adalah pengelola distro, yang pertama adalah Distro *Suckit Stuff*, kedua adalah pemilik Distro *Underground Touch*, dan yang ketiga adalah Distro *Moshpit*. Berikut adalah pemaparan karakteristik informan yang menjadi bagian dari subjek penelitian dan dibentuk dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.2
Karakteristik Informan

No	Karakteristik Informan	Status Informan	Jumlah
1.	Pemilik Distro <i>Suckit Stuff</i>	Informan Kunci	1 Orang
2.	Pemilik Distro <i>Underground Touch</i>	Informan Kunci	1 Orang
3.	Pemilik Distro <i>Moshpit</i>	Informan Kunci	1 Orang
4.	Anggota komunitas	Informan	2 Orang
5.	Personil Band <i>Underground Metal, Asphyxiate</i>	Triangulasi Data	1 Orang
	Total		6 Orang

Sumber: Hasil Temuan Penelitian (2016)

Masing-masing informan mempunyai target informasi yang akan dicapai. Pertama, pada ketiga pemilik distro ini, peneliti harus mendapatkan data seputar proses ekonomi yang dijalani secara terperinci dan jelas. Kemudian, peneliti menentukan bagaimana posisi produksi, distribusi, dan konsumsi yang ada di distro *Underground* ini. Terakhir, peneliti mengkonstruksikan distro sebagai ruang sosial ekonomi dengan dilengkapi menggunakan analisis sosiologis.

Kedua, peneliti mewawancarai dan harus mendapatkan data dari anggota komunitas yang peneliti lakukan pada dua orang di dua komunitas yang berbeda yaitu seputar tanggapan mereka mengenai adanya distro *Underground Metal* dan makna dari menikmati musik metal ini lengkap dengan aksesoris yang dipakai untuk penampilan diri. Ketiga, peneliti mewawancarai salah satu Band Metal terbesar di Kota Bekasi, yaitu Band Asphyxiate sebagai triangulasi data.

Interaksi peneliti dengan para informan di dalam penelitian kualitatif, merupakan kunci keberhasilan dalam melakukan penelitian. Interaksi yang peneliti bangun dengan para informan kunci tidak terlalu sulit, hal ini dikarenakan para pemilik distro dan anggota komunitas masih berjiwa muda dan mereka cukup terbuka kepada peneliti sehingga mereka tidak keberatan memberikan informasi mengenai peran mereka dalam usaha ini yang juga berkecimpung di dunia *underground*. Dari sifat keterbukaan masing-masing informan ini menunjang penelitian terlaksana dengan baik.

1.8.3 Peran Peneliti

Status sebagai orang luar dan sebagai mahasiswa yang sedang membuat penelitian, peran dari seorang peneliti adalah untuk mengumpulkan data-data yang

telah ada di dalam instrument untuk dapat mengidentifikasi nilai-nilai personal dan asumsi-asumsi yang ditemui di lapangan dan akan mempengaruhi hasil akhir dari penelitian. Kenyataannya dalam penelitian ini, peneliti memiliki peran dalam mencari informasi dalam jumlah banyak serta harus membatasi diri dengan subjek penelitian. Peneliti harus menetapkan dasar pemikiran bagi strategi *sampling purposeful*-nya untuk memilih kasus dan untuk mengumpulkan informasi tentang kasus tersebut¹⁸.

Melakukan wawancara terstruktur dengan orang-orang yang menjadi informan. Penelitian ini lebih ditujukan pada informan yang mendukung dalam memperoleh hasil penelitian yang baik. Oleh karena itu, peneliti harus bisa membatasi diri agar tidak terjadi keberpihakan terhadap salah satu dari subjek penelitian. Secara umum peneliti melakukan beberapa langkah kerja, yaitu merencanakan penelitian, melakukan penelitian, dan mempresentasikan hasil penelitian.

1.8.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini mengambil di tiga tempat di wilayah Kota Bekasi, yang tepatnya masing-masing berada di lokasi pertama yaitu di Distro Suckit Stuff Gg. Baru Jl. H. Hamdani No. 23, daerah Kaliabang Tengah Bekasi Utara, dan yang kedua di Distro *Underground Touch* Jl. Nusantara Raya Blok A4 Perum 3, Bekasi Timur. Ketiga di Distro Moshpit yang berlokasi di Ujung Harapan, Bekasi Utara. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan beberapa alasan. Pertama, peneliti melihat keberadaan distro *underground metal* tersebut memiliki banyak peminat di kalangan komunitas musik metal. Kedua, masing-masing distro mempunyai ciri khas tersendiri yaitu

¹⁸*Ibid* hlm 142

distro dengan aliran musik metal yang berbeda satu sama lain. Ketiga, keberadaan ketiga distro ini banyak menggambarkan jenis-jenis dan kreativitas desain dari kultur *underground* yang dapat menarik perhatian kalangan muda khususnya penikmat musik *Underground Metal*.

Mengenai waktu, penelitian ini berlangsung selama 4 bulan terhitung pada bulan April, Mei, November, dan Desember 2016. Alasan peneliti di waktu tersebut merupakan waktu yang tepat bagi peneliti untuk lebih memfokuskan diri pada penelitian ini dan diberi banyak waktu untuk memperbaiki penelitian ini yang tentunya di bimbing oleh dosen pembimbing peneliti. Saat penelitian ini dilakukan, peneliti diberi kemudahan untuk memperoleh data dari informan yang penulis butuhkan.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Wawancara adalah cara memperoleh informasi atau keterangan dengan menanyakan masalah yang diteliti kepada narasumber atau informan. Teknik wawancara yang digunakan pada penelitian kualitatif ini adalah wawancara mendalam. Proses dalam wawancara mendalam ini dilakukan secara tatap muka, antara pewawancara dengan informan. Wawancara mendalam ini menggunakan pedoman wawancara, *recorder*, alat tulis, dan kamera. Pada saat melakukan wawancara, peneliti harus mengetahui etika penelitian kualitatif.

Sebelum peneliti turun lapangan dan bertemu informan terlebih dahulu membuat pedoman wawancara, dengan membuan beberapa pertanyaan yang terkait dengan hal-hal yang ingin diketahui untuk keperluan penelitian guna memperoleh

data. Peneliti membuat janji dahulu melalui *WhatsApp Message* untuk bertemu dan mengatur waktu dalam melakukan wawancara.

2) Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat gambaran realistic perilaku dan kejadian dengan cara peneliti mengamati secara langsung ke lapangan. Ini dilakukan agar peneliti mengerti perilaku orang-orang setempat, dan peneliti bisa mengukur aspek tertentu sebagai acuan dari apa yang ingin diteliti. Observasi yang peneliti lakukan adalah dengan berawal dari wawancara tidak terstruktur pada objek yang ingin diteliti. Melakukan observasi ini, peneliti akan lebih mudah dalam mendapatkan data dari informan, karena dengan melakukan observasi peneliti akan mudah mengenal karakter dan perilaku informan. Observasi langsung dilakukan peneliti pada tanggal 21 April 2016.

3) Studi Dokumentasi

Peneliti akan mencari data yang berbentuk dokumentasi melalui buku, artikel ilmiah, surat kabar, foto dsb, untuk mendukung penelitian yang penulis angkat. Penelitian ini juga didukung oleh data-data primer dan sekunder yang berkaitan dengan tema yang penulis angkat. Data primer adalah pemberi data informasi yang pertama, dimana data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui sumber yang lain selain informan yang dibutuhkan).

1.8.6 Triangulasi Data

Triangulasi dan *rich description* (deskripsi-yang-kaya) atau *thick description* (deskripsi mendalam), merupakan dua strategi validasi temuan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Secara langsung terjadi ketika peneliti turun lapangan

dan mendapatkan berbagai informasi tentang penelitian dimana informasi yang diperoleh tidak serta merta ditelan begitu saja, proses pilah serta pilih peneliti lakukan, serta melakukan pengecekan ulang terhadap data-data yang telah didapatkan dengan membandingkan hasil wawancara dari informan dengan fakta yang ada di lapangan. Sehingga data yang didapat dan digunakan dapat dijamin keabsahannya.

Melakukan teknik triangulasi data, peneliti membutuhkan informan kunci pendukung, yakni dalam penelitian ini adalah ketiga orang yang menjadi pemilik tunggal dari usaha yang dijalani yaitu distro *underground*. Ketiganya terpilih untuk validasi data karena mereka adalah pemilik tunggal yang mana segala ide dan gagasan kreatif mereka tuang melalui usaha distro *underground* serta seperti apa faktor pendukung dan penghambat dalam proses menjalani usaha ini. Untuk lebih menguatkan data yang diambil, peneliti menggunakan literature yang berkaitan dengan penelitian baik berupa buku dan jurnal resmi yang diperoleh oleh peneliti.

1.9 Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari 3 bagian, yaitu pendahuluan, pembahasan dan penutup. Ketiga bagian ini akan dipaparkan dalam 5 bab, yakni satu bab pendahuluan, tiga bab pembahasan atau isi, dan satu bab lagi adalah penutup. Bab pertama merupakan pendahuluan, yang berisikan latar belakang penulis mengangkat tema tentang ekonomi kreatif pada pecinta musik *Underground* kemudian permasalahan yang akan diteliti adalah melihat peran agen atau aktor dibalik berdirinya distro *underground* yang merupakan tindakan kreativitas khususnya di dalam *scene Underground*. Tinjauan pustaka yang berisikan studi-studi yang terdahulu sejenis, dan menjelaskan kelebihan studi yang dilakukan penulis ini, serta menjelaskan metodologi penelitian

kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan sistematika penulisan studi ini.

Bagian pembahasan studi ini dipaparkan dalam bab 2,3, dan 4 yang ketiganya berisikan hasil temuan penulis selama penelitian. Bab 2, berisikan mengenai sejarah atau asal mula *underground* yang dijelaskan dengan asal mula kemunculan aliran musik *underground* di Indonesia yang dilanjutkan pada sub bab setelah itu mengenai *Scene Underground* di Bekasi dan Keberadaan distro *Underground* sebagai pendukung aksesoris bertemakan *Underground*.

Dalam Bab 3, penulis mencoba menjelaskan tentang macam-macam peran distro yang tidak hanya sebagai tempat bergeraknya kegiatan ekonomi tetapi juga berisi beberapa peran di dalamnya dan dimanfaatkan sebagai ruang sosial ekonomi bagi komunitas pecinta musik *underground metal*.

Dalam Bab 4, penulis akan lebih terfokus pada analisis dari hasil penelitian yang penulis lakukan selama 3 bulan. Kemudian dari hasil pengamatan tersebut, penulis analisis menggunakan perspektif sosiologi dan teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini, serta menjawab pertanyaan penelitian.

Kemudian di Bab 5, penulis akan menyimpulkan isi dari keseluruhan pembahasan penelitian ini yang diikuti dengan Saran untuk akademisi lain jika penelitian ini dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan.

BAB II

PERGERAKAN MUSIK *UNDERGROUND METAL* DAN PROFIL TIGA DISTRO

2.1 Pengantar

Pada bab ini menjelaskan secara rinci profil-profil usaha *distro underground* yang berada di tiga wilayah daerah Bekasi. Pemaparan dalam bab ini akan diawali dengan, Pertama, penulis akan memaparkan mengenai dinamika *scene Underground* di Indonesia dimana *scene* tersebut yang perkembangannya menyebar di berbagai Kota di Indonesia tetapi penulis lebih memfokuskan Kota Bandung sebagai kota yang pada awalnya *scene underground* ini mulai populer. Kota ini juga mengalami peningkatan yang signifikan bagi masyarakat penikmat musik khususnya di kalangan muda. Bab ini, penulis akan menjelaskan bagaimana aliran musik ini masuk ke Indonesia yang semakin dipelopori oleh band-band *Rock* asal Indonesia yang menjadi cikal bakal tumbuh kembangnya musik *underground* di Indonesia.

Kedua, setelah penulis memaparkan bagaimana *scene Underground* hadir di tengah persaingan musik Indonesia kemudian penulis akan mendeskripsikan mengenai dinamika *scene Underground* yang lebih khusus pada lokasi penelitian yaitu di Bekasi dan Komunitas *Underground* yang berhasil penulis dapatkan informasinya, serta keeksistensian *distro Underground* sebagai pendukung untuk penikmat dan penggiat aliran musik *Underground* khususnya di Bekasi . Ketiga, penulis akan mendeskripsikan masing-masing profil dari keberadaan tiga distro *Underground* yang

menjadi lokasi penelitian yang terbagi di beberapa wilayah di Bekasi. Distro ini dipilih menjadi lokasi penelitian karena distro ini sangat kental dengan ciri khas dari *Underground* dan mengetahui filosofi dibalik berdirinya masing-masing distro. Pemiliknya pun memiliki hobi yang berkenaan dengan musik-musik *Underground* sehingga ia membuka bisnis yang mengusung tema dari kegemarannya.

2.2 Potret Musik *Underground* di Indonesia

Pada sub bab ini akan menjelaskan tentang dinamika *scene Underground* di Indonesia yang pada dasarnya *Underground* adalah aliran musik “bawah tanah” yang terdiri dari beberapa unsure di dalam musik itu sendiri. Embrio kelahiran scene musik rock *underground* di Indonesia tidak bisa dilepaskan dari evolusi penggiat musik rock pada era 70a-an sebagai pendahulunya. Misalnya seperti Band God Bless, Gypsy, Giant step, Super Kid (Bandung), Terncem (Solo), Bentoel (Malang), hingga Rawe Rontek dari Banten. Nama-nama diatas adalah generasi pertama rocker di Indonesia.

Istilah tersebut digunakan untuk majalah musik dan gaya hidup pionir band yang memainkan musik keras dengan gaya yang lebih liar dan ekstrem untuk ukuran jamannya. Pada akhir era 80-an, di seluruh dunia saat itu kalangan muda di Indonesia menggandrungi musik *thrash metal*. *Thrash metal* merupakan perkembangan style musik metal yang lebih ekstrem lagi dibandingkan *heavy metal*. Band-band yang mempelopori thrash metal antara lain, *Slayer*, *Metallica*, *Exodus*, *Megadeth* hingga *Sepultura*. Kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Surabaya, Malang hingga Bali *scene Underground* pertama kali lahir dari *genre* musik ekstrem tersebut.

Di Jakarta sendiri komunitas metal pertama kali tampil di depan publik pada awal tahun 1988. Komunitas anak metal ini biasa hang out di Pid Pub, sebuah *pub* kecil di kawasan pertokoan Pondok Indah, Jakarta Selatan. Seperti yang tadi dijelaskan bahwa *Underground* di Indonesia menyebar di beberapa wilayah. Masing-masing akan dijelaskan sekilas pada masing-masing daerah. Sebagai berikut:

a. Scene Bandung

Di Bandung sekitar awal 1994 terdapat studio musik *legendaries* yang menjadi cikal bakal *scene rock Underground* di sana. Namanya Studio *Reverse* yang terletak di daerah Sukasenang. Pembentukan studio ini digagas oleh Richard Mutter (saat itu drummer PAS Band) dan Helvi. Ketika semakin berkembang, Reverse lantas melebarkan sayap bisnisnya dengan membuka distro atau distribution outlet yang menjual CD, Kaset, poster, t-shirt, serta berbagai aksesoris import lainnya. selain distro, Richard juga sempat membentuk label independen 40.1.24 yang rilisan pertamanya di tahun 1997 adalah kompilasi CD yang bertitel “Masaindahbangetsekalipisan”. Band-band indie yang ikut serta di kompilasi ini antara lain adalah Burger Kill, Puppen, Papi, Rotten To The Core, Full of Hate dan Waiting Room, sebagai satu-satunya band asal Jakarta.¹⁹

Selanjutnya masih di daerah Bandung, disana ada sebuah komunitas yang menjadi episentrum *Underground* disana yaitu Komunitas Ujung Berung. Dulunya daerah ini sempat berdiri Studio Palapa yang banyak berjasa membesarkan band-band *underground* cadas seperti *Morbus Corpse*, *Infamy*, *Burger Kill* dan sebagainya.

¹⁹Andro Setiawan, “*The Metal Progressive*”, dikutip dari artikel *Hai Magazine*. Jakarta, terbitan tanggal 27 Oktober 2013, hlm, 26.

Disinilah kemudian pada awal 1995 terbit *fanzine* musik pertama di Indonesia yang bernama *Revograms Zine*.

Semenjak itu *fanzine* indie yang lainnya banyak bermunculan dengan berbagai versi. Sempat dijuluki sebagai barometer rock *Underground* di Indonesia, Bandung memang merupakan kota yang menawarkan sejuta gagasan-gagasan cerdas bagi kemajuan scene nasional.²⁰ Terkenalnya distro yang melanda seluruh Indonesia saat ini juga dipelopori oleh kota ini. Sampai saat ini, keberadaan distro menjadi pendukung musik *Underground Metal* di Indonesia.

2.3 Potret Musik *Underground* di Wilayah Sub Urban Bekasi

Jika lebih mendalami dari perkembangan *underground* di dunia, maka sangat lebih luas lagi pendeskripsian dari segala aspek. Perkembangan *underground* di dunia sangat signifikan dimana *underground* terdiri dari beberapa unsur yang didalamnya terdapat juga berbagai macam ciri khas yang tetap dengan nama “bawah tanah”. Musik adalah ekspresi, komunikasi dan bahasa lain yang dikemas dalam bentuk audio (suara) dengan nada dan ritme serta diperkuat lirik berisi pesan-pesan yang ingin dikomunikasikan.

Musik *Underground* memiliki distorsi dan mempunyai karakter sendiri yang sulit dipahami oleh penikmat musik populer. Ritme yang umumnya cepat, suara alat musik yang memiliki kandungan pekat bukanlah menu umum yang mudah dinikmati di telinga masyarakat umum. Pada awalnya *Underground* masuk ke Indonesia, Kota Bandung menjadi salah satu kota besar yang menampung dan memiliki peran besar hingga menjadi kiblat perkembangan *underground* di Indonesia.

²⁰ Ibid, hlm 27.

Lebih spesifiknya untuk penelitian ini adalah *Underground Metal* di Kota Bekasi. Musik *Underground* metal sendiri yang semakin berkembang setelah melakukan pengamatan sebelum penelitian ini dimulai, penulis mencari tahu informasi-informasi perkembangan *underground* metal di Bekasi. Pada scene *underground* Bekasi, tentunya aliran ini dapat diterima di sebagian kalangan muda. Sama dengan daerah lainnya, khususnya Bandung.

Dimulai dari munculnya *Band-band* beraliran musik *underground* seperti *metal, hardcore, grindcore, deathmetal, punk, deathcore* dan lain-lain. Kemudian mereka menyelenggarakan konser yang banyak dilaksanakan di beberapa tempat di Bekasi. Pada saat itu *band-band Underground Metal* yang pertama kali menunjukkan aksi mereka di atas panggung. Adapun *band* yang sejak tahun 1998 berdiri yaitu *band* asal Bekasi, Jawa Barat adalah *ASPHYXIATE*.

Asphyxiate juga muncul pada beberapa album kompilasi lokal dan internasional. Akhir 2003, mereka sepakat untuk memiliki hanya satu gitaris dan Deaddy. Pada awal tahun 2005, mereka terpaksa melakukan beberapa perubahan formasi lagi. Hingga kini personilnya antara lain Josh (Gitaris & Vocal), Adi (bass), dan Reno (Drums) dan masih banyak digemari oleh pecinta musik *underground* atau komunitas khususnya di Bekasi.

Gambar II.1
Band *Asphyxiate*



Sumber: www.facebook.com/ASPHYXIATE, 2016 (diakses pada tanggal 27 November 2016)

ASPHYXIATE menjadi salah satu majunya perkembangan *Underground* di Bekasi sehingga dari sana, muncul band-band lokal Bekasi yang juga merintis karir di *scene Underground* metal. Sejak saat itulah *Underground metal* di Bekasi menarik peminat khususnya kalangan muda yang menyukai hal-hal diluar kegemaran orang yang mayoritas mendengarkan musik populer. *Underground* di Bekasi semakin lama semakin berkembang dan semakin banyak juga menyelenggarakan konser-konser besar di beberapa tempat.

Setiap band-band yang tampil diatas panggung tentunya juga memperlihatkan ciri khas dari *Underground* yang serba hitam dan umumnya band yang tampil memakai *T-shirt*, *Manshort* (celana pendek), celana panjang dan juga tentunya alat musik yang mereka gunakan. Setiap band yang baru mulai merintis karir tentunya terus tampil dan mempromosikan bandnya.

Mereka tidak hanya tampil dalam suatu panggung musik, tetapi juga merambah ke dunia ekonomi. Mulanya band akan bekerjasama dengan suatu *clothing line* atau distro untuk dibuatkan t-shirt bertemakan band mereka sendiri lalu diperjual

belikan di distro tersebut yang biasanya diperdagangkan di kalangan komunitas *underground*. Setiap hasil penjualan *T-shirt* tersebut kemudian mereka gunakan untuk berbagai kegiatan untuk menunjang potensi band mereka. Misalnya, mereka memperluas jenis barang seperti *slayer*, *tote bag*, topi,, *sticker* dan lainnya. mulai dari sinilah peran dari distro diperlukan untuk membuat dan mendesain *merchandise* yang dibutuhkan oleh band.

2.4 Keberadaan Komunitas *Underground* di Bekasi

Komunitas tentu saja gambaran dari sebuah gabungan kelompok sosial yang memiliki kesadaran bersama yang terbentuk berdasarkan loyalitas. Penelitian ini, terkait dengan komunitas yaitu komunitas *Underground* yang merupakan sebutan untuk penggemar dan penggiat musik-musik *Underground Metal*. Peneliti memilih komunitas *underground* yang terkhusus di wilayah Bekasi Jawa Barat, komunitas tersebut bernama *Bekasi Death Metal Horde (BDHM)* dan Komunitas *Trigger*. Keberadaan komunitas ini awalnya karena perkembangan musik metal terus meningkat sehingga semakin banyak juga khususnya kalangan muda yang menyukai musik ini. Komunitas *Bekasi Death Metal Horde* merupakan salah satu komunitas terbesar yang ada di daerah Bekasi yang mengambil aliran musik *death metal*, tetapi tidak menutup diri bagi siapa saja seperti penggemar musik *thrash metal*, *grindcore*, *hardcore* dan lainnya untuk bergabung.

Pada saat peneliti melakukan pengamatan, diketahui bahwa komunitas ini tidak ada istilah 'anggota' dalam komunitas *Underground* ini. Jadi siapa saja boleh bergabung jika komunitas sedang berkumpul dan bersifat tidak terikat seperti

komunitas-komunitas lain. Ideologi yang mereka anut adalah kebersamaan jadi tidak ada juga istilah senior-junior.

Gambar II.2
Komunitas Bekasi Death Metal Horde



Sumber: Dokumentasi Pribadi BDMH (2016)

Saat ini pergerakan dan kegiatan yang dilakukan oleh komunitas berbagai macam, yakni silaturahmi, merencanakan suatu event musik dan menyelenggarakan event musik, serta di *Bekasi Death Metal Horde* sering membuat sebuah album kompilasi dari band-band musik metal *underground* dan bekerja sama dengan distro yang dilakukan secara kolektif oleh beberapa komunitas metal. Komunitas ini ada sejak tahun 2005 dan terbentuk secara tidak sengaja oleh beberapa teman-teman yang menyadari pentingnya membuat suatu komunitas untuk wadah kegemarannya pada suatu aliran musik metal.

Kemudian terdapat juga Komunitas *Trigger*, yaitu sama halnya dengan komunitas *Bekasi Death Metal Horde* yakni tempat berkumpul dan wadah bagi para penggemar atau penggiat musik metal *underground*. Komunitas ini terbentuk di sebuah studio musik yang terletak di daerah Bekasi Timur, yaitu Studio musik *Zero's*

yang awalnya hanya tempat untuk bermain band namun seiring berjalannya waktu, masing-masing band mempunyai kesadaran akan dibuatnya suatu komunitas.

Komunitas ini pecahan dari *one finger movement* yang berarti gerakan satu jari. Maksud dari gerakan satu jari ini merupakan adaptasi dari gerakan pada sholat bagi umat muslim, jadi digambarkan bahwa gerakan satu jari ini adalah band-band yang bermain musik dan isi dari lagu-lagu tersebut merupakan sebuah dakwah yang dikemas dengan warna musik metal tanpa memberi kesan ekstrim dari musik tersebut.

Seiring waktu berjalan, gerakan tersebut berubah menjadi suatu komunitas yang saat ini bernama bahwa Komunitas Trigger mayoritas adalah personil band-band metal *underground*. Untuk penamaan komunitas, komunitas trigger mempunyai arti "*bergetar*" dimaksudkan bahwa gambaran dari musik-musik metal yang berciri khas membuat getaran yang sangat keras sehingga membuat penikmatnya juga ikut semangat jika mendengarkan musik metal.

Keberadaan komunitas musik *underground* di Bekasi cukup banyak tetapi beberapa komunitas sudah tidak terlalu aktif lagi dalam berkegiatan. Hal itu dikarenakan oleh adanya kesibukan dari masing-masing anggota dan juga memang tidak ada lagi kegiatan yang bisa dilakukan. Tetapi di tengah kurang aktifnya beberapa komunitas, masih banyak juga yang berperan banyak dalam berkegiatan walaupun sekedar berkumpul, silaturahmi, *sharing* pengalaman dan lainnya.

2.5 Distro sebagai Pendukung Musik *Underground*

Musik *Underground* tidak hanya mengenai *genre*, selera musik dan aliran tetapi juga merambah ke urusan bisnis. Semula berawal dari tercetusnya sebuah distro

riotic karena ada sekumpulan anak berandalan yang menyukai *musik underground*, berangkat dari hobi tersebut mereka membuat sebuah *records company* atau studio rekaman yang kemudian terus berkembang menjadi sebuah distro (*distribution outlet*) yang lebih besar dan berperan sebagai salah satu penggerak munculnya komunitas-komunitas *Underground* di daerah lainnya khususnya pada saat itu di Bandung.

Salah satu yang menjadi produk andalan dalam suatu distro adalah *T-Shirt*. Sebuah *t-shirt* inilah yang menjadi daya tarik utama dari anak-anak *Underground* yang ingin menggunakan baju atau kaos yang mewakili ketertarikan pada suatu band, aliran musik, dan *genre* di setiap kaosnya. Setelah *t-shirt* yang mulai dikenal sebagai barang andalan, kemudian diikuti oleh berbagai macam barang lainnya seperti Jaket, Celana *Jeans*, Topi, Tas, *Hoodie*, *Zipper* dan lain sebagainya.

Hasil dari penjualan tersebut semakin menarik perhatian para penikmat musik *Underground* khususnya yang tergabung dalam Komunitas *Underground* semakin membuka peluang besar untuk mengembangkan sebuah distro di kota lain yang tentunya selain memiliki fungsi untuk berbisnis tetapi juga saling melekatkan antara pecinta musik *Underground* dan komunitas sehingga mereka dapat bergabung menjadi satu untuk sebuah komunitas yang lebih besar lagi.

2.6 Profil Distro 1: *Suckit Stuff*

Suckit Stuff adalah sebuah *distribution outlet* (Distro) yang tentu saja distro ini bertemakan *underground* yang menjual berbagai macam barang-barang dan aksesoris *underground* dengan ciri khas serba hitam dengan gambar-gambar tengkorak, api, yang sangat melekat pada cirri *underground* atau bawah tanah. bertempat di Gg. Baru Jl H. Hamdani RT 05/RW 025 No. 23 Kaliabang Tengah-

Bekasi Utara. Distro ini berdiri sejak 2006 dengan pengelola distro bernama Bayu Arif Budiman atau sering dipanggil Mas Bayu, ia adalah anak ke empat dari empat bersaudara, yang awal meniti karir mendirikan *Suckit Stuff* berangkat dari kesukaan hobi bermusik yaitu musik *Underground* dan kegemarannya ini sejak ia SMP.

“nama Suckit Stuff tuh lebih asik aja didengerin, gampang diinget. “Suckit” itu memang maksudnya dibaca dari “Sakit” terus gue bahasa inggris aja hehehe..maksudnya Sakit tuh energy yang diluar tubuh deh tp disini gue artiin semangat. Bukan sakit yang lemas atau gimana hahaha.trus Stuff kan artinya barang. Jadi, Suckit Stuff itu ya barang-barang untuk yang punya energy dan penuh semangat”²¹

Musik *Underground* pun mempunyai beberapa akar dalam unsur musik tersebut. Mas Bayu salah satunya yang menyukai musik *punk*, dan dari kegemaran bermusik itu ia membuat sebuah band dengan teman-teman. Kemudian seiring berjalannya waktu dan pertambahan usia, ia memulai karier dengan memulai buka usaha yang berkaitan dengan *Underground*. Awalnya *suckit stuff* berdiri dengan nama *Suckit Records* yaitu tempat dimana band-band yang ingin diproduksi hasil karyanya kemudian dibuat dalam bentuk kaset dan cd.

Modal awal yang digunakan adalah sekitar Rp 300.000,- ini, Mas Bayu bisa membeli barang-barang di beberapa tempat yang seringkali dijual juga oleh anak *Underground*, kemudian ia jual kembali untuk mendapatkan tambahan modal untuk membeli bahan yang selanjutnya di produksi dan di desain sendiri.

“Kalo dari awalnya modal tiga ratus itu gua pake buat beli barang-barang kaya slayer, kaos, merch anak-anak punk lah pokoknya. Nah hasil dari jualan itu ya gue pake buat modal gue untuk produksi sendiri barang-barang yang mau gue jual dan yang pertama gue jual itu slayer”²²

²¹Hasil wawancara dengan Bayu, pemilik Distro Suckit Stuff pada tanggal 21 April 14.38 WIB.

²² Hasil wawancara dengan Bayu, pemilik Distro Suckit Stuff pada tanggal 21 April 2016 pukul 14.32 WIB.

Saat ini beberapa produk yang telah ia jual sebagian hasil dari produksi sendiri dan sebagian lagi adalah titipan dari distro lain. Adapun daftar harga *merchandise* dari Suckit Stuff:

Tabel II.1
Daftar Jenis Barang di Distro Suckit Stuff beserta Harga (1)

Daftar Barang	Harga
T-Shirt (Kaos)	Rp 35.000 – Rp 130.000
Sweater	Rp 105.000 – Rp 200.000
Manshort (Celana)	Rp 200.000 – Rp 250.000
Tote Bag	Rp 30.000 – Rp 45.000
Topi	Rp 35.000 – Rp 100.000
Kaset	Rp 15.000 – Rp 60.000
CD	Rp 25.000 – Rp 50.000

Sumber: Diolah dari Hasil Observasi (2016)

Awalnya ia sangat khawatir distro ini tidak dapat ditemukan oleh pembeli karena menurutnya lokasi Suckit Stuff tidak strategis karena berada di wilayah gang sempit. Tetapi kekhawatiran itu semakin lama hilang dan membuat Mas Bayu percaya diri yaitu dengan menggunakan media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* serta dukungan dari teman-teman komunitas yang menggunakan produk dari Suckit Stuff sehingga dapat menarik minat pembeli.

Mas Bayu juga tidak mempersulit pelanggannya dengan harus datang ke distro tetapi ia menerima pengiriman ke berbagai daerah. Omzet yang diperoleh Distro Suckit Stuff terhitung dalam dua bulan mendapat dua sampai tiga juta rupiah dalam dua bulan sekali. Pendapatan ini bagi distro tidak menentu dan omzet ini bahkan bisa kurang ataupun lebih.

Terlihat Mas Bayu selaku pengelola mempunyai keinginan besar dalam menghasilkan suatu karya yang tentunya juga akan dipromosikan pada teman-teman

underground dan juga di komunitas *underground* lainnya. Berikut adalah gambar dari distro Suckit Stuff:

Gambar II.3
Distro Suckit Stuff



Sumber: Dokumentasi Penulis (2016)

Jika dilihat dari segi tempatnya, Distro Suckit Stuff berada di halaman rumah mas Bayu sendiri tepat di sebelah kiri halaman rumahnya, dan ruangnya sangat kecil seperti kamar tetapi berkat kreativitas dari diri mas Bayu tempat itu disulap seolah menjadi ruangan toko yang dipenuhi dengan hiasan dan poster serta beberapa gambar serta spanduk besar yang berada di tembok atas dengan tulisan Suckit Stuff serta dipenuhi oleh poster-poster band *underground* dan juga stiker.

2.7 Profil Distro 2: *Underground Touch*

Selanjutnya adalah distro kedua yaitu, *Underground Touch*, distro ini juga berlatar belakang sama yaitu bertemakan *underground* dengan dikelola oleh satu orang *owner* bernama Anton. Distro ini berlokasi di Jl. Nusantara Raya Blok A4 Perumnas 3 Bekasi Timur dengan ukuran distro 3x6 Meter yang terlihat kecil namun terletak cukup strategis yaitu di pinggir jalan dan mudah untuk ditemukan. Anton

memilih lokasi ini karena sangat strategis dan tujuannya memang agar mudah ditemukan jika dari anak-anak *Underground* ataupun yang lain ingin membeli barang di *Underground Touch*. Anton sendiri meniti karir dengan mendirikan distro yaitu berdasarkan hobi menikmati apapun yang berbau *Underground*. Awal mulanya, lelaki berusia 39 tahun ini bergabung pada Komunitas *Underground* Bekasi yaitu *Bekasi Death Metal Horde* dimana komunitas tersebut adalah salah satu tempat berkumpul dan wadah para penikmat dan pemusik *Underground* di daerah Bekasi.

Pada komunitas *Underground* tersebut juga terdapat Band-band yang bergabung dalam komunitas tersebut dan juga seringkali tampil pada *Event-event* musik *Underground* yang ada di Bekasi. Berangkat dari perannya sebagai penikmat musik *underground*, maka Anton mempunyai inisiatif sendiri untuk membangun dan mendirikan suatu tempat yang terdapat barang-barang dan aksesoris *Underground* untuk melengkapi keperluan penampilan band *underground* di panggung.

Penamaan pada distro ini, Anton sederhana dalam menamainya yakni mempunyai arti jika di artikan ke bahasa Indonesia yang berarti sentuhan *Underground*. Anton mengakui ia penggemar berat musik-musik *underground* dan sangat menikmatinya hingga ia mempunyai pikiran dan membuka peluang usaha atas hobinya tersebut ke dalam dunia bisnis yaitu dengan membuka distro.

“awalnya emang gue dari hobi sih, dan buat ngelengkapin merch anak-anak *underground* kalo manggung. Tapi sekarang sih tujuannya bukan buat itu aja tapi siapa aja yang mau dan suka samadesain atau model merch yang ada, kenapa nggak. Sama kalo nggak hobi untuk jalanin ini sih, bakalan susah”²³

²³ Hasil Wawancara dengan Anton pemilik Distro *Underground Touch* tanggal 30 April 2016 13.40 WIB.

Ambisinya dalam membangun dan menjalani distro ini tentu saja memiliki jangka panjang untuk ke depannya, tidak hanya khusus *Underground* tetap siapapun yang menyukainya pintu selalu terbuka untuk peminat khususnya pada kalangan muda. Distro ini sudah berjalan sekitar empat belas tahun atau jika dihitung dari tahun 2002. Karena berlatar belakang *Scene Underground*, Anton sendiri menyukai musik dengan aliran *Underground* ini semenjak ia duduk di bangku SMP atau Sekolah Menengah Pertama.

Lebih spesifik Anton menyukai ke *genre Death Metal* yang lebih menggambarkan dunia kematian dan penyiksaan pada setiap aliran musiknya. Hal tersebut hanya sebatas menyukai musiknya tidak sampai ia mengikuti arus *underground* yang lebih jauh. Setiap produk yang dijual pun seperti *T-Shirt*, Celana, Topi dan tas mayoritas berdesain gambar tengkorak, api dan berbagai desain yang menggambarkan kegelapan. Karena Anton sering berkumpul dengan komunitas *Bekasi Death Metal Horde*, maka ia menempatkan distro *Underground Touch* ini sebagai tempat berkumpul komunitas ini.

Beberapa barang-barang atau merchandise disusun dalam beberapa harga, antara lain:

Tabel II.2
Daftar Jenis Barang di Distro *Underground Touch* beserta Harga (2)

Daftar Barang	Harga
T-Shirt (Kaos pendek)	Rp 80.000 – Rp 160.000
Longsleeve (Kaos Tangan panjang)	Rp. 140.000 – Rp 190.000
Hoodie	Rp 200.000 – Rp 245.000
Jeeper	Rp 250.000 – Rp 295.000
Celana Cargo pendek	Rp 170.000 – Rp 210.000
Topi	Rp 65.000 – Rp 110.000
Tas	Rp 95.000 – Rp 250.000

Sumber: Diolah dari Hasil Observasi (2016)

Jika dilihat dari segi harga memang cukup relatif mahal dikarenakan bahan-bahan yang dipilih oleh Anton adalah bahan khusus yang dipesan dari Bandung dan juga bahan dari impor. Omzet yang diperoleh distro ini berkisar empat juta per bulan dan pastinya melihat situasi dan kondisi para konsumen yang membeli, bahkan bisa kurang dari empat juta. Harga yang dipatok cukup mahal, namun itu tidak membuat para pembeli khususnya anak muda yang ingin membeli berbagai merchandise di *Underground Touch* karena bahan dasar dan desainnya cukup memuaskan dan terpercaya.

Gambar II.4
Distro *Underground Touch*



Sumber: Dokumentasi Penulis (2016)

Terlihat dari luar distro terlihat beberapa merchandise yang dijual dan juga penampilan luar toko yang dihiasi berbagai macam hal. Mulai dari spanduk, sebagai penanda dari nama distro tersebut kemudian cat berdasar hitam dengan ornament batu bata berwarna merah yang memperlihatkan sebuah semangat dan beberapa lukisan-lukisan yang bertemakan *underground*.

2.8 Profil Distro 3: Moshpit Store

Pada outlet ketiga ini adalah *Moshpit Store*. *Moshpit store* juga merupakan sebuah distro yang menjual berbagai *Merchandise* atau merch yang bertemakan *Underground* yang serba hitam. Barang-barang yang dijual pun juga tidak beda jauh dengan dua distro sebelumnya karena memang outlet ini mempunyai tema yang sama dengan lainnya yaitu bertema *Underground*. Distro ini berada di Jl KH Noer Ali Ujung Harapan, Bekasi Utara yang setiap harinya buka pukul 12.00 sampai 22.00. Berdiri sejak tahun 2012 yang dibangun oleh seorang aktor usaha lelaki berusia 27 tahun bernama Ricky.

Ricky adalah pendiri sekaligus merangkap sebagai karyawan di *Moshpit Store*. Distro *Moshpit* ia dirikan dan jalani sendiri dengan dasar hobi dan penikmat musik *Underground*. Awalnya memang ia bergelut di bidang musik dengan bermain band seiring perkembangannya waktu teman-teman anggota bandnya berkurang. Kemudian ia melihat banyak peluang bisnis dari sisi positif oleh karena itu ia lebih memilih memanfaatkan kegemarannya itu menjadi sebuah pekerjaan dengan mendirikan bisnis distro musik *Underground*. Seiring waktu sampai sekarang jadi lahan pendapatan utama untuk saat ini.

Tujuan awal lelaki lulusan studi komunikasi ini, bisa mensosialisasikan musik *Underground* ke banyak orang agar diterima di masyarakat. Di outlet ini bermacam-macam barang yang bisa didapatkan antara lain, *T-shirts* sebagai item paling umum dan banyak dicari oleh kalangan muda, kemudian ada *Hoodie*, *Zipper*, *Stickers*, *Hat*, *Magazine*, *Music Books*, *CD*, *kaset*, *Patches*, *Poster*, *Tas*, *Lokal*, *Lisensi*, *Merchandise Heavy Metal* dan *Hard Rock* yang merupakan barang asli yang di impor dari luar negeri.

Scene Underground yang dalam *Moshpit Store* juga bergerak dalam segala hal yang berkenaan dengan *scene Underground* dan menyesuaikan dengan daerah lingkungannya. Pemilik *Moshpit* yaitu Ricky sebagai *One man show* ini berperan dalam menjalani usaha yang digelutinya murni dari hobi dan dukungan dari lingkungan sekitarnya bersama teman-teman yang menggemari musik *Underground*.

“sebenarnya sih awalnya dari hobi mbak, udah jadi kebiasaan lama-lama saya tertarik `buat ya sekedar nyediain barang lama-lama jadi ketagihan”²⁴

Kemudian Ricky sendiri yang berniat untuk membuka usaha secara individual dengan modal awal yang mencukupi. Distro ini ia rintis sejak 4 tahun lalu hingga sekarang. Jika dibandingkan dengan dua distro sebelumnya, *Moshpit Store* termasuk yang paling luas dari segi bangunannya bahkan terlihat seperti ruko. Macam-macam merchandise juga dapat ditemukan dengan jenis yang sama. Berikut adalah daftar harga dari berbagai jenis barang/merchandise.

Tabel II.3
Daftar Jenis barang di Distro Moshpit beserta Harga (3)

Daftar Barang	Harga
T-Shirt (Kaos)	Rp 100.000 – Rp 170.000
Longsleeve	Rp 150.000 – Rp 250.000
Hoodie	Rp 250.000 – Rp 350.000
Topi	Rp 90.000 – Rp 125.000
CD-Kaset	Rp 50.000
Sticker	Rp 5.000

Sumber: Diolah dari Hasil Observasi (2016)

Pada Tabel II.3 di atas, daftar harga disesuaikan dengan bahan dasar dan pengerjaan desainnya. Pada pemilihan barang tentunya Ricky selektif dalam pemilihan bahan. Kebanyakan untuk barang yang dipatok dengan harga diatas merupakan kesesuaian dengan bahan dasar dari kaos dan *merchandise* lainnya.

²⁴ Hasil wawancara dengan Ricky 1 Mei 2016 pukul 14.42 WIB.

Gambar II.5
Moshpit Store



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016

Pemberian nama Moshpit sendiri dalam pengartiannya adalah *crowd* atau penonton musik ekstrim yang menikmati musik jika di suatu event yang sedang terselenggara. Penonton tersebut yang menjadi ciri khas dari identitas penonton musik-musik ekstrim dan memang terkenal dengan nama *Moshing* atau Moshpit, maka muncullah ide Ricky untuk menamakan distronya *Moshpit Store*.

Mengenai letak Moshpit Store berada di pinggir jalan dengan ciri khas cat hitam dengan dilengkapi pintu kaca. Distro ini juga cukup lengkap karena di lengkapi fasilitas AC, guna memberikan kenyamanan pada saat ada pembeli. Bagian dalam distro sendiri, khususnya di bagian tembok tertempel sebuah spanduk besar yang isinya penuh dengan foto-foto komunitas bekasi saat mereka berkumpul dan juga di saat event.

BAB III

PROSES EKONOMI PADA DISTRO *UNDERGROUND METAL*

3.1 Pengantar

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai proses ekonomi pada distro *underground* dan dilengkapi dengan proses sosial yang ada dari tiga distro pada penelitian ini. Pertama, penulis akan menjelaskan secara lebih rinci mengenai berbagai kegiatan dari distro *Underground* ini dan terfokus pada beberapa macam fungsi distro yang didalamnya mengenai distro yang mengalami proses-proses ekonomi pada distro *underground*. tentunya proses ekonomi yang berjalan ini berbeda dari karakteristik proses perdagangan pada umumnya. Menjelaskan juga bahwa mereka tidak hanya bergerak dalam bidang ekonomi atau berdagang saja tetapi mereka juga aktif secara sosial dibawah sebutan “anak *Underground*”.

Kedua, penulis akan memaparkan mengenai proses yang lebih spesifik seperti penjelasan proses produksi, distribusi dan konsumsi di distro yang kemudian dari proses tersebut dapat menghasilkan suatu bentuk kegiatan ekonomi kreatif yang diciptakan oleh pecinta musik metal dan juga komunitas yang mendukungnya.

Ketiga, penulis akan menjelaskan mengenai apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalani distro *underground* ini yang kemudian bagaimana aktor atau pemilik distro menghadapi dan mengatasi kendala yang datang selama menjalani distro ini.

3.2 Manajemen Produksi Sosial Ekonomi Distro *Underground Metal*

Dinamika musik *Underground* tidak terlepas dari sebuah pergerakan yang didukung oleh komunitas di setiap daerah. Berbagai bentuk dukungan yang dikeluarkan oleh sebagian masyarakat penggemar musik *Underground* seperti salah satunya yang akan penulis angkat dalam penelitian ini adalah tentang distro *underground* sebagai ekonomi sosial kreatif. Musik yang berperan saat ini tidak hanya sebagai penghibur dalam kehidupan kita tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan yang positif bahkan menguntungkan. Ketiga distro tersebut mempunyai cara mereka sendiri dalam menjalani proses produksi *merchandise* dan produk-produk lainnya. Berikut adalah profil manajemen dari ketiga distro *underground* metal:

1. Suckit Stuff

Suckit Stuff merupakan salah satu distro yang cukup terkenal di kalangan muda penggemar musik *underground*. Distro ini lebih ke *underground* dengan aliran *Hardcore* yang dimana setiap unsure yang terkandung didalamnya lebih disesuaikan dengan model terkini anak muda *underground*, yaitu dengan ciri khas memakai topi snapback, *T-Shirt*, Celana pendek dan sepatu *sneakers*. Pemilik Distro Suckit Stuff yang bernama Mas Bayu, selama 14 tahun menjalankan bisnis ini dilewati dengan keadaan yang sederhana dan biaya awal tidak terlalu besar.

Bermula dari sinilah mas Bayu mendirikan Suckit Stuff dengan bermodalkan awal Rp 300.000 yang digunakan untuk membeli bahan dan sebagian barang jadi. Barang dagangan yang diperjual belikan juga tidak sebanyak dan selengkap pada saat

ini, begitu pula modal yang dikeluarkan untuk mulai merintis usaha tidaklah sebesar seperti saat ini. Pada saat awal berjualan, usaha miliknya ini hanya menjual beberapa Kaos (*T-Shirt*) dan beberapa Slayer. Ia sebelumnya mempunyai band yang digawangi oleh beberapa temannya saat ia duduk di bangku SMP. Karena pada saat itu ia belum mempunyai tempat untuk berdagang dan penjualan ini juga hanya didukung oleh teman-teman dari band mas Bayu dan ia perdagangkan barang-barangnya tersebut di lingkup teman-teman se-aliran.

“dulu gue punya band sih sama temen-temen SMP. Sekarang pun punya tapi ya nggak rutin latihannya, kalo nyeritain yang dulu iya gue sama temen-temen coba jualan dari hal kecil sih kaya cuma jual slayer ke beberapa temen gue dan temen-temen lainnya. waktu itu sekitar tahun 2010-2011, slayernya pun ada yang barang jadi, ada juga yang kita bikin sendiri tapi gak banyak. Kalo produksi sendiri gue nyelipin pake nama Suckit Stuff di dalamnya hehe. Untung bgt gue punya temen di konveksi ya kecil-kecilan lah”²⁵

Semakin banyak juga produksi yang dibuat oleh *Suckit Stuff* tetapi tidak banyak hanya sekitar 20% dari keseluruhan barang. Semakin banyak juga permintaan dari beberapa konsumen khususnya di kalangan muda, otomatis membuat pendapatannya bertambah dan dari pendapatan tersebut ia gunakan kembali sebagai modal untuk membeli dan memproduksi barang sendiri. Modal tersebut meningkat berkisar Rp 800.000-Rp 1.000.000 untuk menjual berbagai merchandise (saat itu) band *punk* yang cukup terkenal baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Ia mengawali karirnya dan sudah mempelajari banyak hal dari segi musik khususnya *underground* hingga dunia bisnis sudah ia jalani walupun memang dari usaha yang kecil.

²⁵Hasil Wawancara dengan Bayu, Pemilik Suckit Stuff pada tanggal 21 April pukul 14.34 WIB.

Adapun jenis barangnya seperti *T-Shirt* (Kaos), *Manshort* (Celana pendek untuk laki-laki), Jaket atau Hoodie, *Tote Bag*, *Sticker*, Topi dan juga ada koleksi album kaset dan cd dari beberapa band *underground*. Sampai saat ini, Suckit Stuff menjalin kerjasama dengan salah satu konveksi sablon di Bekasi Utara dan konveksi tersebut adalah rekan terdekat dari Mas Bayu selaku pengelola Suckit Stuff.

“kalo sekarang setiap artikel diproduksi 15 pieces/potong, itu khusus buat satu band dan di khususin buat kaos doang. Soalnya kita ngeliat hasil penjualan dulu. Kalo banyak yang suka kita produksi terus dan emang sih produksi kaos gini buat band yang udah terkenal aja di kalangan black metal, death metal gitu”²⁶

Sebagaimana bisnis distro ini berjalan, ia juga ingin ideologi dan kegemarannya bisa di realisasikan ke beberapa hal yang bermanfaat, contohnya yaitu mendirikan distro. Baginya, kreativitas merupakan hal yang sangat penting bagi diri.

“kreativitas penting banget buat kita, kalo gua sendiri yak dengan membangun kreativitas itu kita belajar mandiri, itu yg pertama, yang kedua kita belajar bersikap kritis, terus yang ketiga kita belajar gimana belajar hidup berjuang. Dan yang penting menurut gue itu menjalin hubungan sebanyak-banyaknya sama temen, mobile aja kita silaturahmi”²⁷

Kreativitas yang dibangun oleh Bayu tentu saja berdampak besar pada apa yang diperoleh selama ini khususnya untuk distro itu sendiri. Kreativitas saja tidak cukup tetapi butuh juga faktor-faktor lain sebagai pendukung, misalnya semangat yang tinggi, tidak malu serta memaksimalkan kemampuan yang ada.

²⁶ Hasil wawancara dengan Bayu, pemilik Distro Suckit Stuff pada tanggal 21 April pukul 14.38 WIB.

²⁷ Hasil wawancara dengan Bayu, pemilik Distro Suckit Stuff pada 21 April 2016 pukul 15.18 WIB.

Gambar III.1
Sejumlah Barang di Distro Suckit Stuff



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2016)

2. *Underground Touch*

Selain itu ada pula ekonomi kreatif yang dijalankan pada distro yaitu Distro *Underground Touch*. Distro ini lebih banyak mengangkat tema brutal death metal yang mana pemilihan desain pada setiap merch menggambarkan tema yang cukup sadis berupa tengkorak dan lainnya. Mengenai manajemen produksinya, distro ini bekerjasama dengan salah satu konveksi yang memproduksi kaos di Bandung. Sampai saat ini ia masih melanjutkan kerjasama dengan konveksi tersebut.

“Untuk pemilihan bahan-bahan, gue pilih yang bagus-bagus, bahannya yang tebal tap adem. Biasanya gue ambil dari Bandung tuh. Tau sendiri lah kan Bandung pusatnya yg bagus bahannya jadi gue milih ke konveksi di Bandung tapi ada juga beberapa yang titipan”²⁸

Bahan-bahan tersebut adalah bahan yang nyaman digunakan juga memperhatikan setiap desain yang akan dipilih. Bahan yang dipilih yaitu sebagian besar adalah bahan *Cotton* atau Katun, seperti katun 24, katun 30, katun 24s dan

²⁸Hasil wawancara dengan Anton, Pemilik Distro *Underground Touch* tanggal 30 April 2016 pukul 15.33 WIB.

katun 30s. Berdasarkan jenis bahan ada dua macam *Cotton* atau bahan yang sering digunakan sebagai bahan kaos diantaranya, (1) *Cotton Combed*²⁹, (2) *Cotton Carded*³⁰. Oleh karena itu, Anton lebih memilih bahan *Cotton Combed* yang lebih halus dan nyaman jika dipakai. Hasil dari produksinya, setiap artikel ia keluarkan sekitar 25 *pieces*/potong.

Tentunya proses ini jika sudah disepakati oleh masing-masing pihak, yaitu dari pihak yang memesan dan pihak konveksi menyepakati biaya dan jumlah barang yang akan diproduksi. Sebelum kaos tersebut di produksi tentunya desain untuk kaos dan lainnya sudah siap dan kemudian di sablon oleh produsen. Terkait hal pendesainan, Anton berperan juga dalam mendesain *merchandise* yang ada. Tetapi dalam tahap mendesain tersebut tidak semua ia terlibat karena untuk mendesain suatu *art* atau motif yang akan digunakan untuk model *merchandise* membutuhkan *artworker*³¹ yang handal mendesain dengan lebih detail dalam penggambarannya.

Hal ini lebih khusus pada pendesainan *T-Shirt* atau Kaos yang lebih banyak menampilkan desain atau gambar pada kaos yang menjadi daya tarik para pembeli khususnya di kalangan anak *underground*. Biasanya anton menggunakan jasa *artworker* untuk mendesain kaos dan juga jaket. Di komunitas *Bekasi Death Metal Horde* ini ia juga mempunyai teman seorang *artworker* dan pernah menggunakan

²⁹*Cotton Combed* yaitu serat benang cenderung lebih halus dengan hasil rajutan dan penampilan tampak lebih rata.

³⁰*Cotton Carded* yaitu serat benang cenderung kurang halus dengan hasil rajutan dan penampilan tampak kurang rata.

³¹*Artworker* adalah orang yang mempunyai kemampuan dalam bidang desain visual dengan teknik menggambar, baik melalui teknologi digital maupun konvensional.

jasanya untuk mendesain kaos dan jaket tersebut lalu kemudian di produksi. Selain itu, tidak hanya di lingkup komunitas, Anton juga mencari *artworker* lainnya yang dapat mendesain lebih banyak.

“kalo desain itu tergantung, kadang dari gue yang minta mau desain apa, tentang apa. Misalnya gue mau tema perang yaudah nanti gue tinggal bilang ke artworkernya Kadang juga terserah artworkernya mau desain kayak gimana nanti kalo gue cocok sama desainnya ya oke dan yang pasti gue ngajak artworker yg emang demen juga ama musik-musik *underground*, black metal dan lain-lain biar ngerti juga arti dari gambarnya”³²

Peran *artworker* dalam pembuatan desain sangatlah membantu bagi masing-masing pemilik distro *Underground* karena mereka yakin dengan desain yang dibuat dapat terlihat lebih detail dan nyata pada setiap gambar. Selain menjual beberapa produk merchandise ala *scene underground*. Anton ternyata juga membuka jasa *piercing*. Jasa *piercing* yang diberikan oleh Anton dilakukan di distro *Underground Touch* dengan sistem *piercing* tembak, bukan sistem aboket yang jauh lebih beresiko.

“*piercing* ada ague buka jasa tapi Cuma *piercing* tembak, jadi Cuma pasang anting aja gak sampe yang lebar di kuping bawah gitu. Gak terlalu danger lah dan gue masih belum bisa kalo makein aboket. Cukup tembak dan anting aja. Harga antingnya macem-macem sesuai yang dipilih sm customer”³³

Penelitian yang dilakukan ini, peneliti mengamati bahwa jenis barang-barang yang dijual di *Distro Underground Touch* lebih ke genre *brutal death scene*. Maksud dari *brutal death scene* lebih digambarkan pada segala sesuatu yang gambarnya atau desain dalam kaos dan barang-barang lainnya merujuk pada hal yang lebih *seram* dan lebih *gore* atau sadis dikarenakan si pemilik, Anton menyukai hal-hal tersebut karena

³²Hasil wawancara dengan Anton, pemilik Distro *Underground Touch* pada 30 April 2016 pukul 15.40 WIB.

³³ Hasil wawancara dengan Anton, pemilik Distro *Underground Touch* pada 30 April 2016 pukul 15.39 WIB.

menurutnya jika dilihat dari musiknya saja membuat kita semangat dan tidak ada kesedihan didalamnya yang biasanya disajikan dengan alunan yang *mellow*.

3. Moshpit Store

Sementara itu distro yang ketiga adalah Moshpit Store. Segmentasi pasar produk dari Moshpit Store sebenarnya sama yaitu kaum muda dari segala aliran musik *Underground*. Karena jika dilihat dari beberapa distro seperti diatas, masing-masing mempunyai ciri-ciri dengan latar belakang kegemaran pengelolanya. Pengelola Moshpit mengaku pada peneliti bahwa ia berada di tengah-tengah aliran jadi tema musik *hardcore*, *grindcore*, dan *deathmetal* tersedia semua di moshpit store. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, distro ini adalah salah satu yang cukup besar dari segi fisik bangunannya dan juga tentunya lebih luas. Untuk proses produksi, sama dengan yang lain yaitu dengan teknik sablon.

Pemilik moshpit bekerjasama dengan salah satu konveksi di daerah Ujung Harapan, Bekasi dan konveksi tersebut juga merupakan rekannya semasa sma dan kemudian mereka menjalin kerjasama untuk proses produksi. Pemilihan bahan juga menjadi hal utama dalam usaha distro ini. Khususnya untuk *T-Shirt* (Kaos), produksi ini lebih diutamakan karena kaos lebih banyak peminatnya dengan dilengkapi desain-desain yang tersedia pada kaos tersebut.

Setiap produksi menghasilkan 25 potong untuk beberapa desain. Sebelum memulai kesepakatan dengan konveksi, Ricky selaku pemilik Moshpit Store mendesain beberapa gambar yang akan diaplikasikan di beberapa kaos. Pendesainan pada Moshpit Store, Ricky juga mendesain sendiri hasil desainnya dan beberapa juga

dibantu oleh jasa *artworker*. Menurutnya, sangat berbeda jika dilihat dari detail desain dalam kaos tersebut.

“gue biasanya desain sendiri juga, tapi Cuma beberapa. Dan untuk desain yang bagus gue lebih milih *artworker* aja yang ngerjain karena mereka lebih detail, lebih nyata aja gambarnya dan emang keren sih selama ini yang gue liat. Makanya masih pake jasa *artworker* buat desain”³⁴

Gambar III.2 **Ricky (kiri), pemilik Distro Moshpit di tempat produksi *T-Shirt***



Sumber: Dokumentasi Pribadi Ricky (2016)

Terkait desain, Ricky sendiri mengawali proses desainnya tersebut melalui *software* di PC (*Personal Computer*) dengan *Adobe Photoshop*. Ia memulainya dengan cara yang sederhana, dengan mengambil beberapa gambar di google lalu kemudian ia tambah dengan beberapa *layout*, *detail icon*, dan beberapa tambahan motif pada proses pendesainan. Sedangkan *artworker*, ia mendesain dengan lebih dari satu aplikasi edit grafis, yaitu seperti *Coreldraw* dan *Photoshop*.

Tahap-tahap tersebut kemudian proses produksi merch khususnya kaos pada umumnya yang dimulai dari adanya perancangan desain pesanan. Hal yang paling utama adalah memahami desain yang diinginkan klien kemudian mengaplikasikannya ke dalam desain. Biasanya *artworker/desainer* menerima konsep mentah artinya

³⁴Hasil wawancara dengan Ricky, pemilik *Moshpit Store* tanggal 1 Mei 2016 pukul 14.58 WIB.

desainer mematangkan desain yang diinginkan klien bahkan dalam proses desain ini, *artworker* juga bersedia untuk mendesain dari awal untuk sebuah kaos.

Proses didalam kegiatan *artworker* ini tetap dipantau oleh pengusaha karena kegiatan poses kreatif merupakan kegiatan bersama, bukan dari desainer sendiri. unsur proses produksi yang kedua adalah pengrajin sablon kaos. Pengertian pengrajin terletak pada keterampilan yang dimiliki seseorang. Keterampilan itu mencakup keterampilan dalam menciptakan suatu barang atau keterampilan dalam menggunakan peralatan yang mendukung. Adapun barang yang diciptakan itu tidak menuntut keaslian ataupun pembaharuan. Dalam hal ini tidak ada aturan tertentu atau norma.

“selama produksi di pencetakan sablon di konveksi gue mantau terus, gimana pengerjaannya. Kebetulan juga itu punya temen gue, yg kerja juga temen-temen gue jadi yaa sekalian maen silaturahmi. Kebanyakan kalo di gue tuh kaos ya, jumlah kaos lebih banyak jadi itu menurut gue karena peminatnya juga mayoritas kaos-kaos yang gue jual. Desain juga alahamdulillah sih pada suka”³⁵

Oleh karena itu peran aktor sangat dibuthkan untuk memulai segala proses yang menyangkut usaha dirinya menciptakan suatu hal yang baru yang kemudian bisa di bagikan proses tersebut dengan orang lain. Distro yang ia dirikan sejak tahun 2012 ini terus memproduksi dan menyediakan berbagai macam barang yang serba *Underground*. Seperti distro-distro lainnnya yang menyediakan berbagai *T-Shirt*, Jaket *hoodie*, Topi, Tas, serta CD maupun kaset dari band-band *Underground*. Berikut adalah beberapa produk/ *merchandise* yang ada dipasarkan di distro moshpit store:

³⁵ Hasil wawancara dengan Ricky pemilik Moshpit Store pada tanggal 1 Mei 2016 pukul 14.57 .

Gambar III.3
Sejumlah *Merchandise* di Moshpit Store



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2016)

Berdasarkan penuturan Ricky diatas, terlihat bahwa bisnis ini cukup meyakinkan walaupun di kalangan masyarakat, scene *Underground* masih minoritas .Tetapi di belakang panggung minoritas tersebut ternyata ada sesuatu aspek yang baik untuk digali. Selain T-Shirt berbagai merch lain diikuti dengan celana, jaket, topi dan CD dari band-band dari dalam luar negeri yang di tempatkan di dua etalase berisi penuh CD. Berbagai koleksi *merchandise* atau barang-barang yang dijual oleh Moshpit Store cukup lengkap dan sudah hal lumrah jika distro lebih banyak menjual T-Shirt atau kaos yang sudah menjadi ciri khas sebuah distro.

Ketiga distro tersebut mempunyai ciri khas sesuai kegemaran aliran musik metal bagi masing-masing pemiliknya. Ciri khas inilah yang terdapat produk-produk yang bertema sesuai dengan aliran musik tersebut. Berikut ini adalah pemaparan yang diklasifikasikan ke dalam tabel sebagai berikut:

Tabel III.1
Diferensiasi Jenis Aliran Ketiga Distro

	Suckit Stuff	<i>Underground Touch</i>	Moshpit Store
Ciri Khas Aliran Musik Metal	<i>Hardcore dan Progressive Metal</i> Bertemakan perang, kebebasan berpendapat, melodikal	<i>Death Metal</i> Bertemakan kematian, kehidupan setelah mati	<i>Grindcore</i> Bertemakan kritik politik, anti kapitalisme

Sumber: Hasil Pengamatan Peneliti (2016)

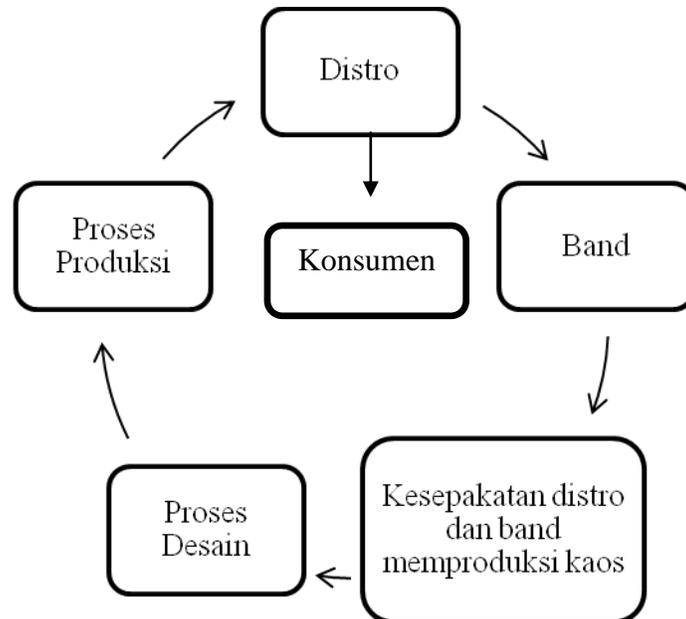
Dari tabel III.1 perbedaan jenis aliran ketiga distro diatas, dimaksudkan untuk menjelaskan ciri khas yang terdapat dari ketiga distro tersebut sesuai dengan aliran yang digemari oleh pemilik distro. Tema dari aliran tersebut kemudian mereka realisasikan kepada produk-produk yang ada di distro masing-masing seperti desain pada T-Shirt. Namun, hal tersebut hanya untuk sekedar menyukai tetapi tidak semua dari aliran yang dianut oleh pemilik distro di pahami dengan mendalam. Karena ini bagian dari hobi mereka, dan banyak konsumen dari kalangan penggemar metal menyukai desain seperti ini.

3.3 Pola Jaringan Sosial

Distro merupakan fungsi penting bagi komunitas dan juga pecinta musik metal untuk menyempurnakan penampilan khas mereka. Namun, setelah dilakukan observasi lebih lanjut, distro mempunyai peranan penting bagi band-band metal yang ada, khususnya di Bekasi. Bagi band-band musik metal *Underground* yang ingin memproduksi *T-Shirt* sebagai bagian dari promosi yang selanjutnya akan melakukan kerjasama dengan beberapa distro *Underground*. Sesuai dengan data dan temuan penelitian, ada beberapa proses awal menjalin hubungan kerjasama dengan suatu

band yang nantinya menghasilkan kaos *Official* atau kaos resmi band mereka, dengan melewati proses sebagai berikut:

Skema III.1
Proses Produksi Kaos Official Band



Sumber: Diolah Berdasarkan Pengamatan Peneliti (2016)

Terlihat dari skema III.1, alur sistem produksi dari awal persetujuan antara Distro dan sebuah band lalu kedua pihak menyepakati untuk memproduksi kaos *Official* band, kemudian proses desain untuk kaos dan siap produksi dan hasil dari produksi tersebut kembali lagi ke distro kemudian yang terakhir siap untuk dijual ke konsumen. Memproduksi dan mendesain *merchandise* ini tentunya ada yang mendesain sendiri atau dengan bantuan seorang *artworker*.

Artworker sendiri menurutnya sudah banyak yang membuka jasa tersebut untuk mendesain berbagai *merchandise* dan lain-lain. Adanya jaringan sosial ini

mereka saling berhubungan dengan sesama pelaku bisnis distro dalam pengoleksian barang-barang. Sehingga terbentuk hubungan sosial dan keterlekatan yang merujuk pada fenomena tindakan ekonomi seseorang yang melekat kuat dengan sistem relasi sosial.³⁶

Selain dari proses produksi kaos resmi suatu band, setiap distro juga mempunyai jaringan dengan distro-distro *Underground* metal lainnya. sistem yang biasanya dilakukan adalah “titip jual” dan sistem *trade* atau pertukaran barang, yaitu beberapa produk dipilih untuk dititipkan di distro lain, lalu sebaliknya. Hal ini juga merupakan langkah untuk terus meningkatkan penjualan produknya serta menjalin hubungan kerja sesama pemilik distro.

3.4 Peranan Distribusi Pada Distro *Underground Metal*

3.4.1 Distro Sebagai Jalur Distribusi Rekaman

Berbagai macam dan fungsi distro di telah di jelaskan pada sub bab sebelumnya. Pada sub bab ini akan menjelaskan peran distro sebagai jalur distribusi rekaman bagi band-band *Underground* yang ingin karyanya dinikmati oleh para penggemar/fans di *scene Underground* khususnya musik metal. Sejauh ini, karya yang telah diciptakan oleh beberapa band metal memilih jalur distribusi rekaman melewati distro. Hal ini dikarenakan musik *Underground* adalah musik yang *segmented* atau hanya segelintir masyarakat yang suka menikmatinya jadi pendistribusian CD/Kaset banyak ditemukan di distro-distro *Underground*.

³⁶Neil J. Smelser and Richard Swedberg (eds), *The Handbook of Economy Sociology*,(New Jersey: Princeton University Press, 2005), hlm 15.

Peran ini tentunya juga berkaitan dengan tiga distro yang terdapat penjualan CD/Kaset di distro. Pada sub bab ini peneliti membahas salah satu distro yaitu Suckit Stuff yang dikelola oleh mas Bayu. Jauh sebelum mendirikan distro, tepatnya pada tahun 2002, ia melihat semakin banyak dan bertambahnya lingkup pertemanan dari beberapa band musik metal dan juga adanya komunitas yang memungkinkan untuk bisa menyatukan dalam tali silaturahmi anak *Underground* yang kemudian mas Bayu membuat suatu wadah untuk teman-temannya dalam menuangkan karyanya melalui jalur rekaman.

Jalur rekaman ini tetap pada jalur rekaman indie atau rekaman secara independen yang kemudian jika band-band tersebut sudah mengeluarkan karya dalam bentuk kaset atau CD kemudian diberikan ke *Suckit Records*, *Suckit Records* adalah berperan sebagai pengumpul lalu dijual ke komunitas-komunitas *Underground*. Alasan ia mendirikan *Suckit Records* adalah ia melihat banyak dari teman-teman yang serius bermusik dan mereka ingin karya mereka didengarkan.

Didirikannya *suckit records* ini merupakan pengamatan dia yang melihat teman-temannya khususnya pada band serius untuk bermusik sehingga Bayu mempunyai inisiatif sendiri dalam menampung hasil karya teman-teman band agar mereka juga dapat berkarya di jalan yang tepat.

“gua ngeliat teman-teman gua serius bermusik dan kalo itu serius berarti mereka punya lagu dan ingin lagu mereka didengarkan. Makanya gue ngasih wadahlah ya walaupun kecil-kecilan tapi bisa bantu temen-temen yang emang mau berkarya”³⁷

³⁷Hasil wawancara dengan Bayu, pemilik Suckit Stuff tanggal 21 April 2016 pukul 15.00 WIB.

Band-band yang telah melakukan rekaman lalu memberikan hasil rekamannya dalam bentuk kaset dan kemudian diberikan ke *Suckit Records* untuk di pasaran.

“Prosesnya pun gue waktu itu punya studio rekaman kecil-kecilan buat tempat produksi karya band-band metal yang selanjutnya dibuat CD/Kaset yang ber label Suckit Records terus dijual ke temen dulu awalnya, setelah dari temen berkembang tuh ke komunitas terus ke event-event juga. Sama gue bikin etalase sendiri dirumah”³⁸

Beberapa band yang beraliran *Underground* tentunya, semakin banyak yang memberikan kontribusinya pada Suckit Records dan keberlangsungan kegiatan di Suckit Records terus berlanjut di beberapa tahun kemudian. Namun sayangnya, seiring berjalannya waktu Suckit Records mengalami kendala yaitu kurang mampunya kapasitas ruang dan kualitas Suckit Records untuk terus berkembang dan juga masalah dengan keuangan yang tidak stabil untuk memperbaharui Suckit Records, selain itu juga beberapa band sudah tidak aktif lagi dikarenakan adanya kesibukan yang lain pada masing-masing personil bandnya.

Saat ini distribusi rekaman melalui distro hanya sistem titip jual dari band-band *Underground* beraliran *metal*, *death metal*, *grindocore*, *tharsh metal* dan lainnya. hal demikian juga terjadi di kedua distro selain Suckit Stuff yaitu di distro *Underground Touch* dan juga Moshpit Store yang hanya dengan sistem titip jual album band-band metal baik itu band yang ternama maupun band yang baru rilis.

“mungkin bagi orang-orang atau masyarakat yang gak ngerti gitu ya, pasti aneh ngeliat band-band yang ga terkenal kok udah mau aja dijual di distro, emang laku? Nah dari situlah bedanya musik *underground* ini, penggemar mau itu band baru kek, band lama yang udah terkenal kek. Fans mau aja ngedengerin gitu, ya krena itu musik *underground* tuh gampang aja di terima sama fans-fans *underground* metal yang emang beneran suka..dari situ juga fans ga segan-segan untuk beli cd atau kasetnya.”³⁹

³⁸ Hasil wawancara dengan Bayu, pemilik Suckit Stuff tanggal 21 April 2016 pukul 15.35 WIB.

³⁹ Hasil wawancara dengan Ricky, pemilik Moshpit Store pada tanggal 1 Mei 2016 pukul 16.00 WIB.

Menurut Ricky, disinilah bedanya musik *Underground* dengan musik-musik lainnya. Fans dapat mudah menikmati band *Underground* terkhusus metal dengan aliran yang sesuai selernya. Penggemar juga mengapresiasi apapun hasil karya yang telah dibuat untuk meramaikan musik *Underground* metal yang berguna untuk memperkaya jenis musik-musik metal lainnya.

3.4.2 Keberadaan *Fanzine* Sebagai Media Bebas Berekspresi

Berbagai macam peranan yang didapatkan dari suatu distro *Underground* metal. pada proses distribusi tentu saja distro sendiri adalah singkatan dari *distribution outlet* yang mana artinya sudah jelas distro adalah tempat untuk mendistribusikan produk-produk yang ada di dalamnya sesuai apa yang dibutuhkan bagi setiap masyarakat. Namun, di dalam dinamika distro *Underground* memiliki hal yang berbeda dibandingkan dengan toko atau *outlet* lainnya, yakni keberadaan *fanzine*. Tetapi *fanzine* ini hanya ada di suatu distro yaitu distro suckit stuff.

Pada kedua distro lain terdapat beberapa *fanzine*, namun peneliti mengamati bahwa di distro suckit stuff *fanzine* ini sangat menonjol keberadaannya dilihat dari jumlah dan juga jenis *fanzine* yang bervariasi. Pada dasarnya *fanzine* merupakan tempat untuk menuangkan ekspresi. Pemilik distro suckit stuff, Bayu, berawal dari hobi gemar membaca buku.

Kegemarannya itu tidak hanya cukup membaca saja tetapi juga ia tuangkan ke dalam etalase distronya. Bayu mengumpulkan koleksi buku-bukunya dan dipajang di dalam distro tersebut. Selain buku-buku juga ada beberapa majalah, dimana majalah tersebut tentu saja majalah seputar musik dan juga musik *Underground*.

Terdapatnya sebuah *Zine* atau kependekan dari *fanzone* merupakan suatu tulisan yang diciptakan dan muncul sebagai respon tau perlawanan dari media massa mainstream, biasanya zine berisi hal-hal yang menggugah atau provokatif yang tentu ‘provokatif’ dapat dimaknai berbeda-beda, tergantung pada sudut pandangnya, bisa ‘positif’ dan juga bisa ‘negatif’. *Zine* disini juga dapat diartikan sebagai media bebas menyampaikan ide dan ekspresi. Kehadiran *zine* memang sudah lama ada dan berkembang pesat di Kota Bandung karena Bandung salah satu kota dengan pergerakan *Underground* yang terbesar di Indonesia.

“iya itu buku sama majalah, majalah lama sih iseng aja kadang suka gue baca-baca lagi sama buku juga. Nih ada zine juga, zine tuh menurut gue keren yah karena ini semacam buku simple buat nuangin ide dan ekspresi juga ke siapapun ke pemerintah, musik isinya ada yang kritikal, ada juga yang nambah ilmu. Gue aja suka lupa waktu dan nagih baca zine itu, seru sih abisnya rasanya mau ikutan nulis juga haha soalnya kaya bener-bener jiwa muda banget isinya yang memberontak segala macem. Keren..”⁴⁰

Zine sendiri cukup umum di belahan dunia barat, dan sekarang sedang berkembang di Indonesia khususnya pada jaringan kultur *Underground*. Biasanya *zine* memiliki penyebaran yang tidak terlalu luas dan pada umumnya diterbitkan secara independen.

Sirkulasi pendistribusiannya tidak besar, non komersil, tidak professional dimana para pembuatnya memproduksi dan mempublikasikannya sendiri. Sifat inisiatif dari mas Bayu inilah yang akhirnya memajang beberapa zine di dalam distronya. *Zine* ini juga hanya berbentuk fotocopy-an yang bercetak warna hitam dan putih saja. Sejumlah *zine* yang dimilikinya sekitar 70 zine yang disusun di suatu rak kecil. Terdapat bagian koleksi buku-buku terdapat dua rak kecil yang ia penuh

⁴⁰ Hasil Wawancara Bayu, Pemilik Suckit Stuff pada tanggal 21 April 2016 pkl 15.01 WIB.

dengan penempatan buku di salah satu rak yang berisi khusus semua buku dan di rak satunya lagi ia susun dengan majalah-majalah yang ada.

Gambar III.4
Sejumlah Zine dan Buku di Distro Suckit Stuff



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2016)

Terkait *Zine* ini, mas Bayu menyediakan penyewaan atau *fotocopy* kembali zine yang akan dipinjam atau dibeli. Ia juga menyediakan penyewaan *zine*. Lama waktu yang digunakan bagi penyewa adalah dua minggu dari hari peminjaman tetapi ia tetap mempercayakan pada penyewa untuk tetap menjaga keutuhan *zine* tersebut agar *zine* tersebut dapat selalu tersedia. Sedangkan untuk biaya fotocopy, Bayu tidak mengambil banyak keuntungan.

“ekspresiin hobi kan caranya gimana aja nah gue disini coba nyalurin hobi baca gue di dalem distro. Ya emang kecil-kecilan sih haha Cuma iseng padahal terus y ague lanjutin aja sampe bisa masukin zine di rak gue, kebetulan yang pada kesini tertarik juga ama zine yaudah dah awalnya gue pinjemin tapi waktu itu ada beberapa yang ilang yaudh deh gue mikir, di sewain aja kali yee hahaha”⁴¹

Adanya *fanzine* ini juga karena inisiatif dan mas Bayu mencoba terus membangun kualitas diri dengan berbagai macam inovasi yang ia tuangkan ke dalam

⁴¹ Hasil wawancara dengan Bayu Pemilik Suckit Stuff pada tanggal 21 April 2016 pukul 15.15 WIB.

distro Suckit Stuff yang sangat bermanfaat bagi siapa saja yang ingin tahu mengenai dunia *Underground* dan lain sebagainya.

3.5 Peranan Konsumsi Pada Distro *Underground*

3.5.1 Distro Sebagai Tempat *Nongkrong* Komunitas

Sudah menjadi hal yang lumrah bila kalangan muda saat ini sangat familiar dengan komunitas. Keberadaan komunitas yang menjadi wadah khususnya bagi kalangan muda sebagai tempat berkumpul telah menjadi pelengkap bagi siapa saja yang memiliki kegemaran yang sama. Pada penelitian ini, distro *Underground metal* adalah salah satu contoh yang menjadi tempat berkumpul, baik para penggemar maupun penggiat musik metal.

Distro yang sering menjadi tempat berkumpulnya komunitas yaitu Suckit Stuff dan *Underground Touch*. Salah satunya adalah Ghozie yang merupakan anak komunitas *Underground Trigger* yang cukup sering berkumpul di Suckit Stuff karena kebetulan Ghozie kenal dengan pemiliknya yaitu Bayu dan juga mereka mempunyai kegemaran yang sama terhadap selera musik.

“iya gue sering kok main main ke komunitas. kalo seringnya sih yang dekat ke Suckit Stuff hehe tapi gue gak cuman di Suckit Stuff melulu, gue keliling komunitas lain untuk ngumpul-ngumpul biar kenal aja gitu sama temen yang lain. *sharing-sharing*, ya silaturahmi aja sih biar banyak temen. Soalnya komunitas sekarang banyak tapi banyak juga yang udah jarang kumpul anak-anaknya, jadi ya ga salah dong gue mampir-mampir ke komunitas lain”⁴²

Menurutnya, keberadaan komunitas sekarang jumlahnya banyak tetapi tidak sedikit juga yang sudah tidak aktif. Hal itu disebabkan karena anak-anak komunitas mempunyai kesibukan masing-masing seperti sibuk bekerja dan lainnya.

⁴²Hasil wawancara dengan Ghozie pada 29 Mei 2016 pukul 14.00 WIB.

Oleh karena itu, distro yang menjadi tempat berkumpul komunitas biasanya ramai dikunjungi pada akhir pekan seperti hari jumat malam atau sabtu malam. Ia menganggap komunitas sangat penting keberadaannya karena komunitas dapat menjalin tali silaturahmi, mengenal teman satu sama lain, bahkan juga mendapat ilmu dari perkembangan musik-musik *Underground* ini. Ia menganggap berkumpul dengan teman sealiran dan mempunyai hobi yang sama menambah nilai positif dan juga perasaan senang.

Bagi Anton selaku pemilik distro *Underground Touch* mengatakan bahwa adanya niatan untuk mendirikan distro sebagai wadah menggemari musik *underground* tidak akan muncul jika tidak ada peran dari teman-teman di komunitas. Karena menurutnya hal itu adalah suatu modal yang penting dalam memulai sesuatu yaitu semangat dan dukungan.

“nggak bakal ada nih distro berdiri kalo nggak ada dukungan dari temen-temen komunitas. Mereka mah seneng banget dan pastinya dukung. Komunitas dan beberapa band-band temen gue ngedukung banget. Yang penting apa yg kita lakuin itu positif ayo aja..”⁴³

Sama halnya dengan Indra yang sering berkumpul di distro *Underground Touch* yaitu dengan komunitas *Bekasi Death Metal Horde*. Ia sering berkumpul dalam waktu yang cukup sering yakni lima hari dalam satu minggu. Tentunya Indra merupakan penggemar aliran musik *death metal* yang bergabung dalam komunitas ini. Baginya *nongkrong* di distro bukan hanya sekedar main yang tidak ada artinya, menurutnya lebih dari itu.

⁴³ Hasil wawancara dengan Anton, pemilik Distro *Underground Touch* pada tanggal 30 April 2016 pukul 16.23 WIB.

“bagi gue ada untungnya banget lah distro dijadiin tempat ngumpul anak-anak komunitas *underground* metal, gue jadi lebih pede aja mencintai musik ini karena banyak temen yang suka juga, terus ningkatin solidaritas juga kan. Sebenarnya gak ada istilah anggota komunitas, karena kita semua sama..gak ada yg lebih senior atau junior jadi siapa aja yang mau ngumpul dateng aja, Ga Cuma anak death metal tapi semuanya dah ayok. kita ngumpul disini juga ada tujuannya ya itu tadi ngumpul, saling kenal, sharing juga terus banyak lagi tujuan-tujuan kita yang lainnya”⁴⁴

Lelaki yang berperawakan kecil ini sangat aktif di komunitas yang sering berkumpul di *Bekasi Death Metal Horde*. Baginya ketempatan distro untuk wadah berkumpul anak komunitas menjadi daya tarik untuk meningkatkan solidaritas bersama terutama bagi penggemar/fans yang ingin lebih banyak mengetahui musik death metal. Indra menyukai musik death metal sejak ia di bangku SMP hingga kini ia sudah berkeluarga, kegemarannya terhadap musik death metal masih terus ia lakukan. Kerutinannya berkumpul dengan komunitas semata-mata ia tidak hanya nongkrong, tetapi juga membeli *merchandise* death metal yang ada di distro *underground touch*.

“lumayan sering gue beli *merch* di UT (*Underground Touch*) yang sering gue beli sih banyakan kaos, celana, sama topi. Gue akuin barang-barang disini gak keliatan murahan, dar bahannya aja bagus makanya gue suka. Trus walaupun rada mahal harganya tapi kan harga menentukan kualitas hehehe...sama ya bantu-bantu untuk menghidupi bisnis temen juga”⁴⁵

Lelaki yang bekerja sebagai Montir ini mengakui bahwa keberadaan distro sangat penting untuk para fans musik *underground* karena *merchandise* musik-musik ekstrim cenderung sulit untuk didapatkan jika bukan di distro yang khusus menjual *merch* berbau metal. hal ini juga dikarenakan posisi musik *underground* yang minoritas di tengah masyarakat dan hanya di beberapa tempat saja. Keberadaan komunitas BDHM (*Bekasi Death Metal Horde*) di distro *Underground Touch* juga

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Indra pada 18 Mei 2016 pukul 14.50 WIB.

⁴⁵ Hasil wawancara dengan Indra pada 18 Mei 2016 pukul 15.16 WIB.

karena diperkuat oleh pemiliknya yaitu Anton yang juga merupakan anak komunitas BDHM.

“komunitas sering ngumpul disini karena gue merasa gue bagian dari mereka (BDHM), dan adanya *underground touch* juga karena dukungan yang besar dari mereka sampe ya udah jadi kaya gini skarang. Makanya gue mutusin distro ini jadi tempat buat ngumpul anak-anak komunitas dan biar gue juga tetep solid sama mereka. Diluar anak death metal juga silahkan kalo mau gabung ngumpul, gak terbatas kok”⁴⁶

Seperti yang telah dijelaskan beberapa sub bab di atas, Anton mendirikan distro ini karena adanya dukungan dari teman-teman di komunitas yang dapat bermanfaat untuk tempat berkumpul komunitas dan juga untuk mencari rezeki bagi Anton sendiri. Bagi kedua pihak, distro dan komunitas sama-sama memperoleh keuntungan yang didapat berupa nilai-nilai kehidupan sosial. Begitupun Anton yang berusaha untuk meloyalitaskan komunitas ataupun penggemar musik *underground* lainnya untuk dapat tetap berkumpul, silaturahmi dan meningkatkan solidaritas atas dasar kegemaran yang sama yaitu pada musik *Underground*.

Gambar III.5 Komunitas Trigger



Sumber: Dokumentasi Pribadi Anton (2016)

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Anton pemilik *Underground Touch* pada 30 April 2016 pukul 15.17 WIB.

3.6 Faktor Pendukung dan Penghambat Distro *Underground*

Menjalani suatu bentuk bisnis sudah tentu tidak terlepas dari adanya hambatan dan tantangan yang akan dihadapi oleh pemilik ataupun pengelola usaha. Disamping itu juga ada beberapa faktor yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam bisnis ini. Mengenai hal ini, penulis mendefinisikan faktor pendukung yang menjadikan distro *underground* ini dapat terus berjalan dan hal tersebut berasal dari luar usaha itu sendiri, sedangkan faktor penghambat sebagai masalah yang berasal dari dalam dan luar usaha itu sendiri.

Adanya faktor pendukung dan penghambat bisnis distro ini menjadi hal yang tidak terhindarkan bagi setiap pemilik atau pengelola usaha. Dikarenakan jenis usaha yang dijalankan terdapat berbagai macam kesamaan, maka dalam hal hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh setiap usaha hampir memiliki keseragaman. Tiap-tiap usaha ini memiliki faktor pendukung dan penghambat dalam menjalani bisnis yang selama beberapa tahun mereka jalani.

Faktor pendukung dan faktor penghambat yang dialami oleh usaha Distro Suckit Stuff milik Bayu berasal dari berbagai aspek. Hal yang menjadi faktor penghambat pertama yang dialami oleh Bayu adalah tempat yang kurang strategis. Menurutnya, Suckit Stuff kurang strategis dalam penempatan tokonya, butuh modal yang besar jika ingin menyewa suatu tempat seperti di ruko-ruko kecil dan saat ini Suckit Stuff ia bangun di rumahnya sendiri dan Bayu pun sebenarnya sudah merasa nyaman dengan kondisi Suckit Stuff saat ini. Kemudian juga yang menjadi penghambat adalah modal yang tidak menentu, terkadang pendapatan tidak banyak

mencukupi untuk modal produksi sehingga untuk menyikapi hal tersebut Bayu mempromosikan barang yang masih tersedia melalui media sosial dan memberikan diskon untuk setiap produknya.

Hal diatas yang menjadi faktor penghambat yang terkadang menerpa bisnis yang Bayu jalani di Suckit Stuff. Munculnya faktor penghambat tentu saja pasti ada faktor pendukung bisnis ini. Faktor pendukung ini merupakan faktor yang berasal dari luar usaha ini, yaitu dukungan dari teman-teman komunitas musik maupun dari berbagai komunitas yang tergabung. Pemilik distro Suckit Stuff dalam mengembangkan dan mempertahankan bisnis ini dan juga kegiatan yang dilakukan sangat positif. Berdasarkan hal tersebut, semakin banyak orang yang mengetahui keberadaan Suckit Stuff dalam bentuk promosi mulut ke mulut.

Underground Touch juga mempunyai faktor pendukung dan penghambat dalam perjalanan bisnisnya. Faktor penghambat yang dialami oleh *Underground Touch* juga masalah modal yang digunakan untuk produksi. *Underground Touch* memproduksi sendiri beberapa barangnya, khususnya untuk Kaos. Kerjasama yang dijalin adalah sesama distro adalah melakukan sistem trade atau titip jual.

Pada sistem ini lah hambatan itu datang yaitu ia tidak mendapat pendapatan yang sudah disepakati. Beberapa barang *Underground Touch* dititipkan di Distro X dan ternyata pendapatan untuk produk *Underground Touch* tidak seberapa banyak dengan yang diberi oleh Distro X dan pernah juga ia mengalami titip barang pada suatu distro dan ternyata dalam kurun waktu beberapa bulan ke depan ternyata distro tersebut tutup dan pemiliknya pun tidak bisa dihubungi.

Ini cukup merugikan bagi pengelola bisnis distro dan salah satu penghambat dalam menjalani bisnis ini. Pelajaran yang berharga bagi pemilik *Underground Touch*, Anton, untuk lebih selektif dalam memilih rekan kerjasama dalam proses distributor barang-barang yang akan dijual nantinya. Hal ini ia tanggapi dengan santai tetapi untuk ke depannya akan bersistem ketat dalam menyeleksi barang yang akan dititip jualkan.

Saat inipun ia lebih memilih beberapa rekan saja untuk *trade* beberapa produk barang distro. Faktor pendukung dalam hal ini, hampir sama dengan Suckit Stuff yang karena distro *Underground* juga berperan sebagai wadah komunitas dan penikmat musik *Underground*, maka sebagai faktor pendukung adalah peran komunitas *metal Underground* yang membantu promosi saat di event-event musik *underground* dengan memakai kaos dan beberapa barang lainnya. Satu hal lagi yang menjadi faktor pendukung yaitu *Underground Touch* sudah dipercaya oleh sebagian *Event Organizer* untuk mensponsori event musik *metal underground* dalam penggunaan produk *Underground Touch* pada setiap pengisi acara.

Ketiga, moshpit *store* atau distro Moshpit juga memiliki faktor pendukung dan penghambat dalam bisnis ini. Faktor penghambat distro ini, pemilik Moshpit, Ricky, mengakui bahwa modal menjadi salah satu penghambat karena menurutnya,

“kalo untuk konsumen tuh kan gak tentu ya, yaudah jadi kadang kalo mau nambah produksi lagi,kehambat modal. Udah nyiapi bberapa desain misalnya tapi kehambat modal yaudah tahan aja. Nyikapinnya ya cukup pake kesabaran hehehe”⁴⁷

⁴⁷ Hasil wawancara dengan Ricky, Pemilik Distro Moshpit Store pada 1 Mei 2016 pukul 15.00

Hal tersebut yang dikatakan oleh Ricky memang sebagian besar dari distro *underground* adalah masalah modal. Tetapi hal itu bisa disikapi oleh masing-masing pemilik distro dengan mempromosikan barang yang masih tersedia dengan memberikan diskon. Itu cukup membantu dalam penambahan modal untuk produksi kembali. Kemudian juga penghambat terdapat dari faktor eksternal yaitu pandangan masyarakat sekitar yang masih awam dan menganggap *Underground* adalah musik yang berantakan, dan juga tampilan dari kalangan anak *Underground* sendiri yang berciri khas pakaian hitam dan menganggap seperti preman.

Hal tersebut disikapi oleh pemilik distro dengan sharing dan menjelaskan sebenarnya bentuk-bentuk dari *Underground* tersebut. Pada faktor pendukung, pemilik *Moshpit Store* memaparkan bahwa *friendship* atau pertemanan adalah kuncinya. Menurutnya, menjalani distro ini tidak hanya mencari untung materi semata tetapi juga mencari ilmu, berteman dan menjadi rekan yang membawa diri pada kegiatan-kegiatan yang positif. Selama mereka menyukai hal-hal yang sama, tidak ada salahnya untuk saling berbagi informasi dan memperluas jangkauan pertemanan.

3.7 Penutup

Pada ketiga distro *Underground*, terdapat beberapa macam-macam fungsi yang terjadi di distro. Pemilik distro dengan berlatar belakang gemar menikmati musik *underground* lalu berkembang dengan menelurkan suatu bisnis yang sampai saat ini menjadi lahan mata pencaharian mereka serta adanya peran komunitas sebagai penggemar musik metal ini menjadi pelengkap pada keberlangsungan bisnis

distro. Berawal dari menikmati musik keras sehingga mereka bisa membuka peluang bisnis adalah suatu hal yang patut dihargai karena tidak semua orang mempunyai kesempatan tersebut dan memanfaatkannya dengan baik. Berbagai proses yang pemilik distro hadapi, semakin membuat mereka ingin terus berkarya, dan bertindak kreatif dengan cara mereka sendiri.

Distro sebagai bentuk ekonomi kreatif pada penggemar musik *underground*, kebebasan berekspresi, kemudian juga distro sebagai salah satu jalur distribusi rekaman bagi band-band musik metal *underground*, serta yang tidak kalah penting adalah distro sebagai tempat nongkrong anak komunitas.

Pola jaringan sosial yang dilakukan oleh distro juga terdapat dalam perjalanan bisnis distro ini. Karena semua barang adalah dasarnya dari sebuah band yang ingin berkolaborasi dengan distro dengan memproduksi kaos dan barang lainnya. Hal ini adalah kedua belah pihak mendapatkan keuntungan. Distro memproduksi barang-barang dengan nama suatu band merupakan bentuk promosi yang nantinya membuat band tersebut semakin dikenal, sedangkan untuk distro akan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan produk band tersebut.

Jadi sistem tabur tuai ada dalam proses jaringan sosial distro *underground* ini. Dari ketiga distro tersebut masing-masing mempunyai faktor pendukung maupun faktor penghambat. Dapat disimpulkan bahwa faktor yang menjadi penghambat terbesar adalah ketersediaan modal. Modal yang tidak terlalu mencukupi untuk memproduksi kembali produk-produk distro ini menjadi masalah jika ingin

memproduksi lebih banyak, terlebih pada produk tertentu permintaan lebih besar dan ketersediaan modal yang kurang tentu akan menjadi kesulitan.

Faktor pendukung sendiri ialah, masing-masing distro sangat menjunjung tinggi sifat sosial antar sesama. Jadi mereka menjalin hubungan baik dengan komunitas *underground* dan friendship atau pertemanan menjadi hal yang kuat dalam menjalin pertemanan. Setiap pemilik distro juga menganggap konsumen sebagai teman, tidak hanya sebagai pembeli saja.

BAB IV

DISTRO SEBAGAI RUANG SOSIAL EKONOMI PADA PECINTA MUSIK *UNDERGROUND METAL*

4.1 Pengantar

Pembahasan mengenai macam-macam fungsi distro musik *underground* metal telah dijelaskan pada dua bab sebelumnya. Distro tidak hanya menjadi salah satu tempat berjualan barang-barang *merchandise* khas musik metal yang berupa T-shirt dan lainnya serba hitam tetapi juga distro juga merupakan ruang bagi para metalheads atau penggemar musik metal untuk mengikat solidaritas maupun mengembangkan bakatnya bermusik ataupun menikmati musik metal. Tidak ada keterbatasan yang membuat para penggemar musik ini untuk mengembangkan kegemarannya yang menjadi bukti bahwa distro mempunyai manfaat baik untuk para penggemar metal dan juga lingkungan komunitas.

Pada bab ini akan menjelaskan bagaimana distro menjadi salah satu tindakan ekonomi yang dilatarbelakangi oleh adanya fakta sosial dan realitas yang terjadi di lingkungan masyarakat. Tentu saja proses ekonomi tidak terlupakan yaitu proses produksi, distribusi, dan konsumsi yang mempunyai peranan penting dalam berjalannya suatu kegiatan ekonomi dan lingkungan sekitar yang mempengaruhi kegiatan sosial ekonomi di dalamnya.

4.2 Aspek Proses Ekonomi Pada Distro *Underground Metal*

Pada penjelasan berbagai macam peran yang ada di distro *underground metal*, terlihat dari ketiga distro masing-masing mempunyai ciri khas dan peran yang bersatu padu dalam ikatan distro berbasis komunitas. Kegiatan di dalamnya tentu saja tidak hanya sebatas pada segi ekonomi tetapi juga segi sosial. Distro menjadi salah satu aspek yang tidak boleh dilewatkan khususnya dalam bidang ekonomi. Distro mempunyai peran penting pada pemenuhan kebutuhan masyarakat terutama di bidang *fashion* atau pakaian. Fashion sendiri pada dasarnya merupakan simbol penggolongan individu dan menandakan pertumbuhan ekonomi yang baik.

Fenomena distro beberapa tahun belakangan menjadi hangat realita sosial di berbagai kalangan masyarakat sehingga adanya perubahan selera masyarakat terhadap *fashion* menjadi tak tertahankan. Kegiatan ekonomi di dalamnya tentu saja tidak lepas dari suatu proses pokok yaitu proses produksi, distribusi dan konsumsi. Kegiatan tersebut tidak terkecuali terjadi pada distro *underground metal* yang mana distro tersebut tentu saja mempunyai segmentasi pasar yang berbeda dari selera masyarakat pada umumnya.

Komunitas pecinta musik *underground metal* lah yang dituju oleh distro untuk pemasarannya. Terkait dengan beberapa desain dan produk-produk yang ditawarkan berkaitan dengan musik yang mereka sukai dan tidak semua orang dapat menyukainya. Namun, dalam distro *underground metal* ini mempunyai hal yang tentu saja berbeda dari bisnis lain terkait proses produksi, distribusi, dan juga konsumsi.

Para pemilik distro telah mengetahui bagaimana memproduksi barang yang akan diperdagangkan di distro *underground* metal. Oleh karena itu, mereka tidak mempermasalahkan konstruksi masyarakat terhadap penggemar musik aliran metal yang dinilai buruk sehingga pemilik distro tetap melaksanakan usahanya tersebut dengan proses-proses yang ada. Produksi yang terjadi pada ketiga distro *underground* metal ini memiliki jenis produksi yang berbeda-beda terutama pada tempat untuk memproduksi barang atau merchandise yang akan dijual di distro. Suatu konveksi yang dijadikan tempat untuk memproduksi merchandise pada distro merupakan bukti bahwa proses produksi dilihat sebagai institusi ekonomi yang berperan untuk mengadakan kebutuhan-keutuhan ekonomis sebuah masyarakat, terkhusus pada distro *Underground* yang memiliki segmentasi pada kalangan penggemar musik *Underground* metal.

Selain nilai produksi itu dimanfaatkan sebagai nilai jual tetapi juga memiliki nilai guna yang melekat pada suatu barang tersebut. Oleh sebab itu, proses produksi tidak hanya dilihat dari segi ekonomi saja tetapi juga sosiologis yang mempunyai peran subsisten dalam sebuah struktur. Pada produksi yang dijalankan oleh distro *Underground* juga telah disinggung pada bab III yang mana distro bekerja sama dengan suatu band metal yang ingin dibuatkan kaos *official* band tersebut lalu dipasarkan di distro. Kemudian selain adanya peran produsen, kegiatan ini juga didukung oleh desainer atau pada usaha distro *Underground* ini menyebutnya *artworker* untuk melakukan penciptaan akan desain produk-produknya.

Proses produksi merupakan yang sangat penting lalu kemudian setelah dilakukan distribusi. Di sini peran dari distro sangat penting yaitu sebagai distributor utama pada penjualan barang-barang atau *merchandise underground* metal. Beberapa produk yang ada kemudian di distribusikan melalui distro. Distro yang mayoritas digemari oleh komunitas pecinta musik *underground* metal menjadi salah satu tempat yang pas bagi mereka untuk mencari barang yang diinginkan. Keberlangsungan melalui proses ekonomi ini dilengkapi juga dengan proses sosial yang berlangsung. Distro yang sebagai distributor ini memiliki posisi kuat dimana sebagai distributor, distro berhadapan langsung dan memberikan barang atau produk ke tangan konsumen.

Pemilik distro ini yang notabene sebagai penggemar musik yang bersedia menjadikan distro sebagai distributor, secara langsung juga memiliki peran meloyalitaskan konsumen yakni para penggemar musik metal yang juga tergabung dalam komunitas. Konteks sosial pada berlangsungnya proses ini adalah suatu jaringan hubungan sosial interpersonal. Hal ini nampak pada ketiga distro ini yaitu selalu menganggap konsumen adalah teman sehingga hubungan tersebut dapat berlanjut dalam ikatan pertemanan. Posisi distributor disini melebihi dari apa yang dapat dijelaskan melalui konteks ilmu ekonomi, tetapi yang terjadi adalah dimana distributor sebagai suatu perangkat hubungan sosial yang melaluinya terjadi ikatan sosial yang kuat di dalamnya.

Hal ini terlihat dari budaya yang ditanamkan oleh para pemiik distro dalam melayani konsumen sangatlah kuat melihat banyaknya penggemar atau komunitas

membeli dan bertransaksi di distro tersebut. DiMaggio dalam Richard Swedberg menjelaskan budaya yang baik dapat mempengaruhi perilaku ekonomi dengan mempengaruhi bagaimana aktor mengutamakan minat mereka dengan membentuk kapasitas kelompok untuk memobilisasi tujuannya.⁴⁸ Setelah produksi dan distribusi berjalan dengan selayaknya, lalu ada aspek konsumsi. Pecinta musik *Underground* metal yang tergabung dalam komunitas ini tentunya aspek yang penting juga dalam hubungan sosial ekonomi yang terjadi di distro.

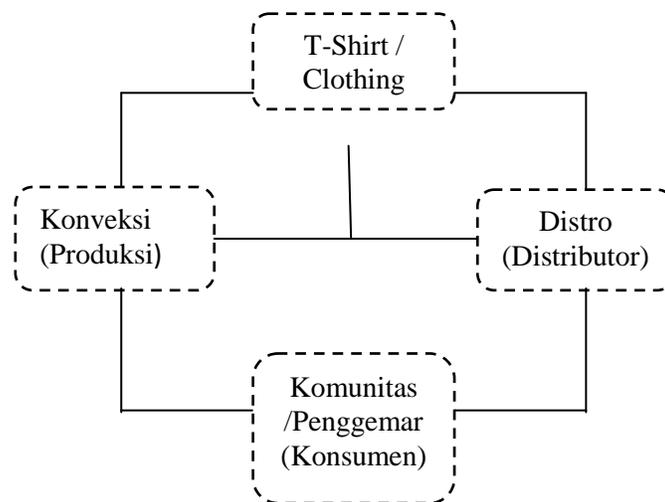
Atas kelayaitasan pemilik masing-masing distro, komunitas yang berperan sebagai konsumen dapat menentukan dan menetapkan kegemarannya atas aliran musik ini. Adanya selera yang menggerakkan mereka untuk menyukai hal ini adalah karena tuntutan identitas atas simbol mereka dengan berpenampilan seperti yang mereka sukai. Merchandise seperti T-Shirt, Celana, Slayer, Tas dan Topi menjadi hal yang melekat pada mereka sehingga mempergunakan barang-barang tersebut untuk memenuhi keinginan yang dipengaruhi oleh struktur dan pranata sosial di sekitarnya.

Ruang kreatif yang dibuat di distro adalah salah satu daya tarik penggemar untuk menggunakan produk tersebut. Kemandirian dan kegigihan pemilik distro ini menjadi gambaran bahwa ruang ekonomi kreatif dapat dikembangkan di kalangan subkultur atau pada penelitian ini menuju pada pecinta musik *underground* metal. Pola konsumsi juga merupakan hal yang tidak terlewatkan dan berperan penting dalam segi ekonomi.

⁴⁸Richard Swedberg, *Principles of Economic Sociology*, (New Jersey: Princeton University Press, 2003), hlm 42

Hal ini memperlihatkan bahwa masyarakat sebagai realitas eksternal akan menuntun individu dalam menentukan apa yang boleh di konsumsi bagaimana cara mengkonsumsinya dan dimana dapat mengkonsumsi. Mayoritas yang dikonsumsi oleh komunitas metal ini adalah membeli kaos atau *clothing* yang ada di distro.

Skema IV.1
Pola Konstruksi Ekonomi Distro *Underground Metal*



Sumber: Hasil Pengamatan Peneliti (2016)

Terlihat dari skema IV.1 menjelaskan bahwa awalnya dari merchandise t-shirt kemudian dikonstruksikan menjadi barang andalan setiap distro untuk diperjual belikan. Setelah jatuh ke tangan distributor yakni distro kemudian disinilah konsumen mendapatkan barang yang diinginkan. Perlu diketahui bahwa memang T-Shirt atau kaos menjadi barang andalan karena selain nyaman dipakai, tetapi juga memberikan kesan sederhana bagi kalangan komunitas *Underground* metal yang tidak terlalu memperdulikan penampilan yang berlebihan. Seperti dikatakan Febby Lorentz bahwa

hampir 90% industri *clothing* ini mengandalkan kaos sebagai produk unggulan mereka.⁴⁹

Seperti yang dikatakan pula oleh Richard Swedberg bahwa konsumsi lebih dari permainan makna semiotik; hal itu kuat berlabuh dalam suatu sistem hubungan sosial, yang tidak hanya melibatkan pembeli dan penjual tetapi sering juga keluarga, kerabat, rekan-rekan, kolega di tempat kerja, serta hubungan kelas pembeli lebih umum⁵⁰. Pada penelitian ini adalah konsumsi yang dilakukan oleh komunitas *Underground metal*. Oleh karena itu, segala proses yang telah dilalui merupakan hal yang terkait satu sama lain dan mempunyai ikatan yang kuat terutama adanya relasi sosial yang dibangun dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi.

4.3 Fenomena *Embeddedness* Pada Distro *Underground Metal*

Ilmu sosiologi ekonomi melihat adanya faktor sosial yang melatarbelakangi tindakan ekonomi seseorang. Pada ilmu sosiologi ekonomi, *embeddedness* oleh Granovetter merupakan suatu konsep yang cocok untuk melihat fenomena keberadaan usaha distro *Underground metal*. Karena dalam konteks ini, gejala sosial terjadi ketika dipengaruhi oleh unsure-unsur sosial yang melatarbelakanginya.

Pada distro *Underground metal* tentu saja yang membuat tindakan ekonomi ini berlangsung adalah kebutuhan akan penampilan yang melekat dan ciri khas dari kalangan komunitas *Underground metal*. Maka dari itu, usaha distro ini terus mengembangkan dari berbagai segi baik segi ekonomi maupun sosial. Terlihat juga

⁴⁹Febby Lorentz, "Sekilas tentang Keberadaan Industri *Clothing* dan Distro", *Happen Skate Boarding Magazine*, Vol. 5 No. 44, terbitan tanggal 28 Maret 2008, hlm. 25.

⁵⁰Richard Swedberg *Op. Cit.*, hlm 250

dari pemaparan pada bab III, distro mempunyai peran yang sangat beragam seperti distro sebagai tempat nongkrong dan distro sebagai kebebasan ekspresi. Jika dilihat, hal tersebut merangkum semua kegiatan yang dilakukan oleh distro tersebut.

Granovetter memperkenalkan konsep *embeddedness* atau keterlekatan yang merujuk pada fenomena tindakan ekonomi seseorang yang melekat kuat dengan sistem relasi sosial.⁵¹ Granovetter menekankan unsure kehidupan sosial sebagai pusat dari konsep keterlekatan. Pemahaman konsep keterlekatan dalam penelitian ini adalah dipandang melalui perkembangan subkultur yang semakin maju sehingga mereka dapat mendirikan sebuah usaha distro untuk kalangan penggemar musik metal atau komunitas yang ada.

Penampilan yang menjadi hal yang vital bagi komunitas *underground* metal untuk memperlihatkan identitas mereka dan simbol sebagai penggemar musik metal. realitas sosial yang konkrit terlihat dari adanya komunitas yang turut andil dalam perkembangan dan berjalannya usaha distro ini. Tindakan sosial ekonomi terlihat pada distro yang semakin berkembang untuk menjadi lokasi yang disukai oleh kalangan pecinta musik metal.

Secara umum, keberagaman dalam konteks masyarakat Indonesia ini merupakan sebuah modal sosial untuk bisa dimanfaatkan dalam bidang ekonomi. distro juga merupakan bukti bahwa mereka bisa meniti kehidupan sosial dan ekonomi secara berdampingan. Komunitas yang juga bersifat sentral menjadi salah satu yang mempengaruhi adanya ide-ide kreatif yang terdapat dalam usaha distro.

⁵¹Smelser, *Op. Cit.*, hlm. 15

Contohnya saja pada keberadaan *artworker* yang bekerja untuk mendesain *merchandise* atau produk distro dengan dibalut ciri khas dari gambaran musik *underground* yang mayoritas mereka adalah anggota komunitas *Underground metal* sehingga distro dapat bekerja sama dengan komunitas itu sendiri.

Sistem hubungan sosial ini lah yang kemudian meluas terhadap perkembangan ekonomi usaha distro yang juga dapat menghasilkan ide, dimana ide itu lahir dari sebuah interaksi di dalam hubungan sosial yang telah dijalin. Hal ini tentu saja dapat memicu suatu hasil yang baru dari produksi ide tersebut sehingga juga dapat memunculkan suatu ekonomi baru yang disebut ekonomi kreatif dimana inovasi tersebut berbasis pada komunitas.

Pada ketiga distro yang menjadi subjek penelitian ini, masing-masing distro terus membuat inovasi sedikit demi sedikit. Salah satu contohnya adalah membuat kaos polo shirt dengan berlogo atau nama dari distro tersebut. hal ini merupakan suatu bentuk dorongan dari relasi sosial yang telah dibangun sehingga memunculkan keinginan para pemilik distro ini dengan menciptakan inovasi dan menawarkan hak baru tanpa menghilangkan ciri khas dari *underground* itu sendiri. Granovetter dalam Richard Swedberg mengatakan bahwa menunjukkan suatu jaringan merupakan inti konsep dari keterikatan: “jaringan hubungan sosial yang masuk dengan teratur dan berada pada sistem ekonomi”.⁵²

⁵²Richard Swedberg, *Op.Cit.*, hlm 36

4.4 Distro *Underground Metal* sebagai Bentuk Ekonomi Kreatif

Keberadaan usaha-usaha dalam lingkup anak muda erat kaitannya dengan suatu hobi yang mereka geluti. Penelitian ini, lebih memfokuskan pada anak muda yang menggemari musik *Underground* dan menuangkan ide kreatifnya ke suatu peluang usaha distro. Hal ini terbukti pada ketiga distro yang masing-masing pemiliknya adalah anak muda yang berpotensi membangun suatu usaha dengan mengaktualisasi hobinya ke dunia bisnis. Usaha distro yang mereka jalani, tentu saja berangkat dari perkembangan musik *underground* yang terus menerus berkembang sehingga memacu para anak muda terus menelurkan produk-produk kreatif dengan cara yang kreatif pula.

Hobi yang menjadi dasar terbangunnya sektor ekonomi distro *underground* merupakan salah satu potensi diri yang dapat dikembangkan secara luas di masyarakat. Hubungan antara anak muda dan hobi saat ini penting diperhatikan karena energi dan gagasan yang anak muda dapat mudah dimanfaatkan sehingga menghasilkan suatu nilai jual dalam sektor ekonomi.

Berawal dari hobi bermusik lalu dapat memunculkan suatu ide dan menciptakan peluang bisnis khususnya pada anak muda pendiri distro *underground* ini. Mengeluarkan produk-produk seperti *T-Shirt* (kaos), Celana, Tas, Slayer dan lain-lain merupakan hal yang tidak mudah bagi mereka untuk dijalankan terutama pada awal mereka meniti bisnis. Kreativitas muncul dengan dua cara, yaitu cara yang dimunculkan oleh seniman melalui perenungan, kemudian diwujudkan dalam kegiatan nyata seperti seni suara, seni drama, seni musik, seni pertunjukan, dan seni

lainnya, sementara itu cara yang dimunculkan oleh para ilmuwan ialah berupa observasi, penelitian, atau eksperimen.⁵³

Passion adalah kecintaan seseorang pada sesuatu hal yang disukai dalam pembahasan ini mengarah kepada musik atau ideologi musik tersebut, sedangkan fashion banyak digunakan kaum *underground* untuk menyimbolkan suatu ideologi mereka. Seiring dengan waktu banyak orang yang tidak mengetahui makna dalam fashion suatu komunitas *Underground*, mereka hanya menggunakan fashion sebagai perias diri saja bahkan ada juga yang menganggap atau lebih mementingkan fashion mereka daripada passion mereka sendiri.⁵⁴

Musik *underground metal* yang tentu saja adalah bagian dari arus budaya modernisasi menjadi satu satunya peluang yang bisa dimanfaatkan untuk mencari penghasilan. Distro salah satunya, dari ketiga distro tersebut latar belakang pemiliknya adalah penggemar dari berbeda genre yaitu *Death Metal*, *Hardcore* dan *Progressive Metal*. Mayoritas barang yang dijual adalah *merchandise-merchandise* band metal baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Barang yang akan diperjualbelikan otomatis distro memproduksi sendiri dan sebelumnya telah dibahas di Bab III yaitu melakukan kerjasama antara distro dan band jika ingin dibuatkan kaos *Official Band* dan kemudian di pasarkan di distro.

⁵³Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm 158.

⁵⁴Ilham Pamungkas Sara dan Pambudi Handoyo. "Proses Sosialisasi Anggota Komunitas Hardcore Punk Sidoarjo (HCS)" dalam *Jurnal Paradigma*. Vol. 02, No.03 2014, hlm 7.

Apabila sedang terlaksananya event musik atau *gigs* musik metal, disanalah para pemilik distro biasanya membuka lapak dan masih banyak lagi yang memperjual belikan merchandise band. Merchandise yang sering digunakan oleh para penggemar musik metal *underground* ini adalah *T-Shirt* atau Kaos dari setiap band metal. Berdasarkan penuturan informan bahwa jika mereka memakai atau membeli merchandise band itu merupakan suatu simbol untuk menyupport band yang menurut mereka patut dihargai dan mereka sukai.

Terlebih band-band metal merupakan musik yang anti mainstream dan anti kapitalisme yang membuat mereka tidak bisa berkembang di jalur major label baik dari segi produksi musik maupun promosi musik mereka. Oleh karena itulah, merchandise band menjadi satu-satunya upaya mencari penghasilan dari penjualannya dan peran distro disini adalah sebagai ruang yang menjadi tujuan band untuk mempromosikan bandnya.

Mengenai hal tersebut, tentunya masing-masing kedua pihak mendapat keuntungan. Terlihat dari segi distro yang mendapat hasil dari penjualan kaos atau merchandise band yang tentunya penghasilan tersebut dibagi dengan band yang bersangkutan. Bagi band, mereka dapat keuntungan dari distro dan juga dapat dikenal berkat produksi dan promosi official merchandise sehingga dapat juga menarik minat para penikmat musik metal.

Terlihat bahwa menciptakan dan memanfaatkan peluang kreatif salah satunya adalah dari suatu hobi yang dikembangkan oleh sebagian anak muda ini. Hal tersebut adalah penciptaan sesuatu baik dalam bentuk modifikasi terhadap sesuatu maupun

modifikasi terhadap cara atau metode itu sendiri. Aspek tersebut terjadi pada ketiga distro dalam pengembangan bisnis mereka. Mulai dari pengembangan produk maupun modifikasi cara-cara yang mereka tempuh dalam segi produksi, pemasaran, dan pengorganisasian.

Dalam hal ini terlihat jelas bahwa hobi sebagai penyalur ide-ide kreatif yang dapat dikembangkan dengan hal-hal yang positif terlebih dapat menciptakan nilai guna suatu barang.

“udah jadi alasan utama buat bikin distro gini tuh dari hobi, tadinya mah Cuma suka suka aja, ngefans gitu tapi gue mikir lagi kenapa kayak gini ngga gue manfaatin aja bikin bisnis. Baru lah dari situ gue mulai sedikit sedikit produksi dan jual barang yang temanya metal. Awalnya mah takut juga, takut gak laku tapi Alhamdulillah sekarang makin tinggi permintaan dari anak-anak fans musik metal”⁵⁵

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa niat awal pengelola distro ini hanya sekedar hobi tapi lebih dari itu konstruksi pemikirannya pun berubah yaitu ingin menciptakan peluang bisnis berbasis hobi di masyarakat tentunya anak muda penggemar musik *underground*. Khususnya dalam produksi yang dilakukan setiap distro yaitu masing-masing memiliki produk sendiri dengan berbagai prosesnya. Ketiga distro *Underground* ini, mereka masing-masing mengeluarkan ide kreatif pada desain gambar di suatu produk. Pemilik distro tidak cukup hanya beralasan karena hobi dan mendesain suatu produk, tetapi dia juga memanfaatkan metode atau cara penjualan yang baik dengan menganggap konsumen adalah teman.

Berkat pemanfaatan peluang usaha ini tentunya segmentasi distro *Underground* dirasa tepat karena spesifik konsumen langsung pada anak-anak muda

⁵⁵Hasil wawancara dengan Ricky, pemilik Distro Moshpit pada 1 Mei 2016 pukul 15.15 WIB.

yang sangat menggemari musik-musik *Underground*, walaupun tidak menutup kemungkinan bagi siapa saja yang ingin mengoleksi barang atau *merchandise* yang bertemakan *Underground Metal*. Bagi konsumen pun salah satunya adalah langganan dari distro *Underground Touch*. Mereka mengakui bahwa menggemari musik *underground* sudah menjadi hobi.

“musik-musik kaya gini (*underground* cenderung metal) gue udah suka dari dulu sampe sekarang. Dan nyukain kaya gini lebih lengkap rasanya sambil ngoleksi kaset dan cd band-band yang gue suka. Dapetannya ya gue cukup ke distro, beruntung ada sih yang gue cari di *Underground Touch*”⁵⁶

Hal ini terlihat dari yang dipaparkan Indra bahwa sejatinya *fashion* merupakan bagian dari *passion* yang ada pada diri Indra sebagai penggemar musik metal yang menjadikan distro tidak sebagai pelengkap kebutuhan tetapi juga sebagai ruang untuk bersosialisasi terhadap komunitas yang terkumpul sebagai penggemar musik metal.

4.6 Penutup

Musik *Underground Metal* memunculkan beberapa aspek yang dapat dilekatkan pada komunitas atau penggemar musik ini dan yang menjadi bahan penelitian ini adalah penampilan atau ciri khas dari musik metal yang kemudian adanya distro menjadi salah satu ruang bagi komunitas sebagai tempat yang tidak hanya berkenaan dengan penampilan tetapi juga terdapat dinamika sosial ekonomi, dan budaya yang dapat dikaji lebih dalam. Di sub bab pertama membahas tentang aspek proses ekonomi pada distro *underground* yang menjelaskan adanya proses

⁵⁶Hasil wawancara dengan Indra, konsumen Distro *Undrground Touch* pada 18 Mei 2016 pukul 11.15 WIB.

ekonomi secara general yaitu produksi, distribusi dan konsumsi yang dijelaskan lebih jauh menggunakan pendekatan sosiologi ekonomi.

Pada sub bab kedua membahas fenomena *embeddedness* atau keterlekatan yang terjadi di distro *Underground metal*. Setelah adanya proses ekonomi seperti di sub bab pertama, selanjutnya memahami lebih jauh bagaimana keterlekatan yang terjadi di usaha distro yang mana tindakan ekonomi dilatarbelakangi oleh gejala sosial yang ada serta realitas sosial sehingga membuat kegiatan ekonomi berdasarkan fakta sosial di lingkungan masyarakat.

Kemudian di sub bab ketiga telah membahas distro sebagai ruang ekonomi bagi pecinta musik *Underground* yang berdiri atas dasar hobi lalu memanfaatkan peluang bagi mencari penghasilan dengan membuka distro. Hobi yang menjadi dasar terbangunnya sektor ekonomi distro *Underground* merupakan salah satu potensi diri yang dapat dikembangkan secara luas di masyarakat. Hubungan antara anak muda dan hobi saat ini penting diperhatikan karena energi dan gagasan yang anak muda dapat mudah dimanfaatkan sehingga menghasilkan suatu nilai jual dalam sektor ekonomi.

BAB V

PENUTUP

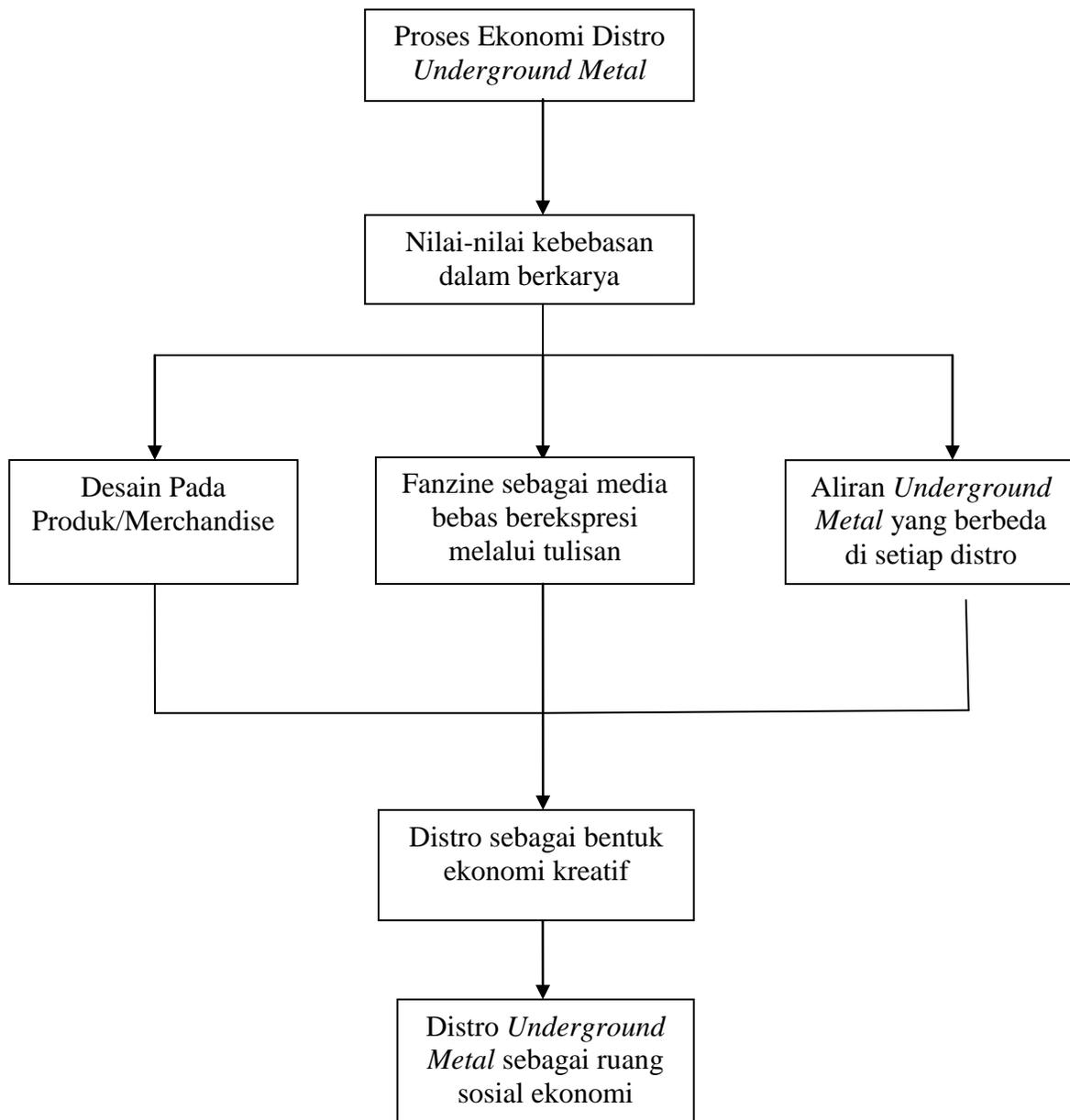
5.1 Kesimpulan

Keeksistensian distro ditengah masyarakat khususnya kaum muda, mempunyai peran besar terutama mengenai masalah penampilan yang berhasil menarik perhatian mulai dari remaja hingga orang dewasa. Pada awalnya distro berdiri independen karena adanya gerakan musik/*scene underground* yang masuk ke Indonesia. *Scene underground* terdiri dari beberapa aspek atau genre yaitu, *death metal, thrash metal, hardcore punk, grindcore, skinhead, heavy metal, black metal* dan musik-musik indie lainnya yang merupakan gerakan mengekspresikan diri dan jauh dari unsure kapitalisme.

Oleh karena itu, kemandirian yang dijunjung tinggi dan menganggap nilai musik harus dihargai mereka memilih jalur “bawah tanah” atau independen yang mereka ciptakan sendiri, dan hal ini tentu saja menarik perhatian masyarakat khususnya kaum muda yang perlahan membawa perubahan selera musik di masyarakat.

Agar bisa dinikmati oleh para penggemarnya, musik *underground* metal kemudian membuat suatu tempat yang berguna untuk mendistribusikan karyanya dalam bentuk kaset maupun CD melalui distro. Musik *Underground* juga tidak lepas dari penampilan atau atribut yang dipakai oleh penggemarnya yang biasa disebut *Merchandise/Merch* seperti T-Shirt, Celana, Tas, Topi, Slayer, gelang dan lain-lain.

Skema V.1
Pola Strukturasi Ruang Sosial Ekonomi Distro *Underground Metal*



Sumber: Data olahan Peneliti, 2016

Merchandise ini merupakan bagian dari pelengkap musik *Underground* dan distro menjadi ruang bagi penggemar dan penggiat musik ini sebagai wadah

kesolidaritasan dan meningkatkan silaturahmi antar komunitas penggemar. Bermula dari distro inilah mereka menyambung hidup dengan menjual berbagai merch yang berasal dari band-band musik metal.

Adanya komunitas menjadi peranan penting dalam berjalannya distro, selain itu tidak lepas dari adanya solidaritas dan kelayaitasan dalam menggemari musik metal ini. Peran komunitas juga sangat penting bagi perkembangannya, dalam hal ini distro sebagai ruang sosial, ekonomi bagi komunitas dan penikmat musik *Underground* yang dilakukan secara kolektif.

Lebih ke proses ekonominya, yang terjadi pada distro *Underground* metal ini banyak sekali penemuan-penemuan baru yang memperlihatkan bahwa komunitas dari subkultur ini dapat memanfaatkan ruang sosial yang ada menjadi suatu peluang ekonomi untuk kelangsungan hidupnya. Secara keseluruhan, kesimpulan dapat digambarkan melalui skema beriku

Distro juga menggunakan pemahaman konsep keterlekatan dalam penelitian ini adalah dipandang melalui perkembangan subkultur yang semakin maju sehingga mereka dapat mendirikan sebuah usaha distro untuk kalangan penggemar musik metal atau komunitas yang ada. Tidak lupa juga di dalam distro terdapat jenis proses ekonomi secara umum yaitu produksi, distribusi dan konsumsi yang melekat pada suatu komunitas ini.

Penampilan yang menjadi hal yang vital bagi komunitas *Underground* metal untuk memperlihatkan identitas mereka dan simbol sebagai penggemar musik metal. Nilai kebebasan dalam berkarya menciptakan suatu ruang sosial ekonomi yang lebih

luas dan menyeluruh ke lapisan masyarakat. Tindakan sosial ekonomi terlihat pada distro yang semakin berkembang untuk menjadi lokasi yang di sukai oleh kalangan pecinta musik metal.

5.2 Saran

Tertuju pada akademisi, jika ingin melakukan penelitian lebih jauh sebaiknya mempelajari lebih banyak lagi tentang jenis musik ini. Karena musik *Underground* memiliki cabang musik yang bermacam-macam dan menarik untuk di teliti. Kemudian juga disarankan jika ingin meneliti tentang komunitas *Underground*, lihatlah secara mendalam gejala-gejala atau realitas sosial yang terjadi di dalamnya, karena masih banyak tema yang menarik sesuai kajian sosiologi.

Saran bagi pembaca, yakni agar memahami sisi sosial, ekonomi dan budaya bahwa imej musik-musik *Underground* tidak dilihat dengan sebelah mata karena kemandirian dan bentuk pergerakan mereka itulah yang mencerminkan diri mereka mempunyai sikap dan banyak hal positif yang bisa dipelajari dari komunitas atau penggemar musik *Underground* ini.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adi Susilo, Taufik. 2009. *Kultur Underground: Yang Pekak dan Berteriak di Bawah Tanah*. Yogyakarta: Garasi.
- Creswell, John W. 2014. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hardiman, Budi. 1993. *Menuju Masyarakat Komunikatif Ilmu, Masyarakat, Politik, dan Postmodernisme menurut Jurgen Habermas*. Yogyakarta: Kanisius
- Hebdige, Dick. 1979 . *Subculture The Meaning of Style*. London and New York: Meuten.
- Latuconsina, Hudaya. 2010. *Kreativitas Tanpa Batas: Menuju Ekonomi Kreatif Berbasis Insan Kreatif*. Jakarta: Mizan Publika.
- Moelyono, Mauled. 2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ritzer, George dan Goodman J. Douglas. 2003. *Teori Sosiologi Modern*. Jogjakarta: Kreasi Wacana.
- Smelser, Neil J dan Richard Swedberg. 2005. *The Handbook Of Economy Sociology*. New Jersey: Princeton University Press.
- Swedberg, Richard. 2003. *Principles Of Economic Sociology*. New Jersey: Princeton University Press.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

JURNAL dan MAJALAH/ARTIKEL

- Achwan, Rochman. 2013. *Kelekatan Kelembagaan: Industri Fesyen Distro di Bandung*. Pusat Kajian Sosiologi, LabSosio FISIP-UI.
- Butarbutar, Palti M, Lisa Sudarwati. 2015. *Kreativitas dan Keberdayaan Ekonomi Komunitas Underground di Pematangsiantar*. *Jurnal Perspektif Sosiologi*, Vol. 3, No. 1. Oktober. (www.usu.ac.id)
- Hidayat, Wahyu Rizal. 2015. *Solidaritas Sosial Komunitas Underground Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang*. Departemen Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang). www.umm.ac.id.
- Ilham Pamungkas Sara, Pambudi Handoyo. 2014. *Proses Sosialisasi Anggota Komunitas "Hardcore Punk Sidoarjo (HCS)"*. *Jurnal Paradigma*. Vol. 02 No. 03. (www.unesa.ac.id)

Setiawan, Andro. 2013. The Metal Progressive. Majalah Hai Magazine. Jakarta: Oktober .

Lorentz, Febby. 2008. Sekilas tentang Keberadaan Industri Clothing dan Distro. Happen Skateboarding Magazine, Vol. 5 No. 44. Maret.

SKRIPSI dan THESIS

Dyah Nurul Maliki. 2006. Rasionalisasi Identitas Subkultur Pada Komunitas Underground Progressive di Indonesia. Tesis. Depok: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

Hasanah, Dwi Rofiatul. 2011. Hubungan Karakteristik Sektor Informal dengan Kemandirian Usaha Dagang. Skripsi. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.

Larasati, Astrid Niagara. Konstruksi Identitas Kaum Muda Jakarta Melalui Genre Musik Black Metal (Studi Kasus: Kelompok Black Metal di Distro Freestyle, No 22, Ciracas, Jakarta Timur). Skripsi. (Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. 2013.

INTERNET

Moshing dalam Menikmati Musik. Lebay?/
http://www.kompasiana.com/ahmadimam/moshing-dalam-menikmati-musik-lebay_5500e1738133110d51fa74c1

Where is the Underground?/www.journalofmusic.com

LAMPIRAN

Lampiran I

Instrumen Penelitian

No.	Komponen Data	Teknik Primer			Teknik Sekunder			
		P	WT	WTT	B	K	M	I
1.	Pendahuluan							
	Latar Belakang	x			x	x	x	x
	Permasalahan Penelitian	x						
	Tujuan Penelitian	x						
	Manfaat Penelitian	x						
	Tinjauan Penelitian Sejenis	x			x			
	Kerangka Konseptual	x			x		x	x
	Metode Penelitian							
	a. Pendekatan Penelitian	x		x	x			
	b. Subjek Penelitian	x		x				
	c. Peran Peneliti	x						
	d. Lokasi dan Tempat Penelitian	x	x					
	e. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data	x		x				
	f. Triangulasi Data	x	x					
	Sistematika Penulisan	x						
2.	Pergerakan Musik <i>Metal Underground</i> dan Profil Tiga Distro							
	2.1 Pengantar							
	2.2 Potret Musik <i>Underground</i> di Indonesia	x				x	x	x
	a. Scene Bandung						x	x
	2.3 Potret Musik <i>Underground</i> di Wilayah <i>Sub Urban</i> Bekasi	x	x	x				x
	2.4 Keberadaan Komunitas <i>Underground Metal</i> di Bekasi	x	x	x				
	2.5 Bisnis Distro sebagai Pendukung Musik <i>Underground</i>	x	x	x				
	2.6 Profil Distro 1: Suckit Stuff	x	x	x				
	2.7 Profil Distro 2: <i>Underground Touch</i>	x	x	x				
	2.8 Profil Distro 3: Moshpit Store	x	x	x				
3.	Distro <i>Underground Metal</i>: Dari Tempat ‘Nongkrong’ Hingga Saluran Nilai Ideologis							

	3.1 Pengantar							
	3.2 Distro Sebagai Tempat Nongkrong Komunitas	x	x	x				
	3.3 Kebebasan Berekspresi Melalui Distro	x	x	x				
	3.4 Distro sebagai salah satu Ekonomi Kreatif di Kalangan Penggemar <i>Underground Metal</i>	x	x	x				
	3.5 Distro Sebagai Jalur Distribusi Rekaman	x	x	x				
	3.6 Distro dan Musik <i>Underground</i> sebagai Saluran Nilai Ideologis	x	x	x				
	3.7 Faktor Pendukung dan Penghambat Bisnis Distro <i>Underground</i>	x	x	x				
	3.8 Penutup							
4.	Peran Distro Sebagai Ruang Sosial Ekonomi Pecinta Musik <i>Underground Metal</i>							
	4.1 Pengantar							
	4.2 Pembentukan Fanatisme Berbasis Distro	x	x		x			
	4.3 Distro sebagai Ruang Ekonomi Berbasis Hobi	x	x		x			
	4.4 Pemaknaan Ideologis Musik Metal bagi Penggemar Metal (<i>Metalheads</i>)	x			x			
	4.5 Tinjauan Anti thesis Atas Data	x						
	4.6 Penutup	x						
5.	Penutup							
	Kesimpulan	x	x					
	Saran	x	x					

Keterangan:

- P : Primer
WT : Wawancara Terstruktur
WTT : Wawancara Tidak Terstruktur
B/K/M/I : Buku, Majalah, Koran, Internet

Lampiran II

Pedoman Wawancara untuk Informan (Pemilik dari Masing-masing ketiga Distro *Metal Underground*)

1. Suka musik *underground* dari kapan? Apa alasannya?
2. Bagaimana awalnya meniti karir dgn mendirikan distro?
3. Kenapa diberi nama *Suckit Stuff*, *Underground Touch*, dan *Moshpit Store*?
4. Apa saja produk yang dijual? Bagaimana sistem produksi yang berjalan di distro saat ini?
5. Kalau untuk beberapa desain produk seperti kaos, celana, dan merchandise lainnya, bagaimana sih proses menuangkan ide-ide dalam mendesain produk tersebut?
6. Bagaimana proses distribusi rekaman yang terjadi di bisnis distro?
7. Apa makna musik *underground metal* bagi Anda?
8. Bagaimana respon anak *underground*/komunitas *underground* mengetahui ada distro *underground* disini?
9. Apa yang menjadi faktor pendukung membuka distro ini?
10. Apa yang menjadi faktor penghambat membuka distro ini?
11. Apa harapan Anda untuk musik *underground* di Indonesia?

Pedoman Wawancara Dengan Informan (Penggemar/Komunitas Musik *Underground Metal*)

1. Anda suka musik *metal underground*?
2. Sudah berapa lama Anda berada di *scene underground* ini?
3. Ceritakan *dong* awalnya suka sama musik *underground* bagaimana?
4. Apa yang membuat Anda tertarik dengan *scene underground*?
5. Apa alasannya suka musik *underground*?
6. Sekarang dimana-mana terkenal kalau yang gemar dengan sesuatu hal yang sama lalu membuat komunitas, setahu kakak komunitas *underground* khususnya di Bekasi dimana saja? Anda sering berkumpul dengan komunitas?
7. Seberapa penting sih komunitas bagi *scene underground*?
8. *Scene underground* ini tidak lepas dari penampilan, dengan keberadaan distro yang jual merch. Apakah sering belanja di distro? Biasanya barang apa yang dibeli?
9. Seberapa penting sih menurut anda keberadaan distro *underground*? beri alasan
10. Makna musik *underground* bagi anda?
11. Harapan anda untuk *scene underground* ke depannya?

Lampiran III

Transkrip Wawancara Dengan Informan (Pemilik dari Masing-masing ketiga Distro *Metal Underground*)

Profil Informan I

Nama : Bayu Arif Budiman
Usia : 31 Tahun
Panggilan : Bayu
Pekerjaan : Wiraswasta
Distro : *Suckit Stuff*
Lokasi Wawancara : Distro Suckit Stuff, Bekasi Utara
Tanggal Wawancara : 21 April 2016

Profil Informan II

Nama : Anton
Usia : 34 Tahun
Pekerjaan : Wiraswasta
Distro : *Underground Touch*
Lokasi Wawancara : Distro *Underground Touch*, Bekasi Timur
Tanggal Wawancara : 30 Mei 2016

Profil Informan III

Nama : Ricky Maliki Ramadhan
Usia : 30 Tahun
Pekerjaan : Wiraswasta
Distro : *Moshpit Store*
Lokasi Wawancara : Distro *Moshpit Store*, Bekasi Utara
Tanggal Wawancara : 1 Mei 2016

P : Peneliti

Bayu : B
Anton : A
Ricky : R

1. P : Suka musik *underground* dari kapan? Apa alasannya?

B : “Dari SMP, musiknya seru, asik aja menyukai hal yang gak familiar dan tidak bisa dikonsumsi di tv juga”

A : “Gue suka dari SMP kelas tiga. Apa ye...dengerin music *underground* tuh asik banget gak bakal bikin lo sedih, bawaannya seneng terus, dan bikin semangat. Apalagi gue sih demennya *death metal* kaya menggambarkan gue banget, suka hal-hal yang kritikal dalam hidup ini. Itu jg gue bawa ke dalam distro ini, ciri khas deh ”

R : “Suka dari gue SMP, Menurut gue ya underground tuh beda dari musik-musik komersial lain. susah untuk nikmatinnya tapi disitu sebenarnya unikunya. Coba beda dari selera orang lain dan akhirnya sampe sekarang enjoy aja gue nikmatin, underground bukan sekedar musik tapi udah seperti kepribadian kita. Kita punya sikap disini, missal dari bentuk kita ga bisa ngungkapin di media tapi kita bisa ngungkapin disini.”

2. P : Bagaimana awalnya meniti karir dgn mendirikan distro?

B : “dulu gue punya band sih sama temen-temen SMP. Sekarang pun punya tapi ya nggak rutin latihannya, kalo nyeritain yang dulu iya gue sama temen-temen coba jualan dari hal kecil sih kaya cuma jual slayer ke beberapa temen gue dan temen-temen lainnya. waktu itu sekitar tahun 2010-2011, slayernya pun ada yang barang jadi, ada juga yang kita bikin sendiri tapi gak banyak. Kalo produksi sendiri gue nyelipin pake nama Suckit Stuff di dalamnya hehe. Untung bgt gue punya temen di konveksi ya kecil-kecilan lah”

A : “awalnya emang gue dari hobi sih,dan buat ngelengkapin merch anak-anak underground kalo manggung. Tapi sekarang sih tujuannya bukan buat itu aja tapi siapa aja yang mau dan suka sama desain atau model merch yang ada, kenapa nggak. Sama kalo nggak hobi untuk jalanin ini sih, bakalan susah”

R : “sebenernya sih awalnya dari hobi mbak, udah jadi kebiasaan lama-lama saya tertarik buat ya sekedar nyediain barang lama-lama jadi ketagihan. Dan tujuan awal gue itu pengen musik underground dikenal secara luas, ingin mensosialisasikan aja melalui bisnis yang gue dirikan ini.Karena selama ini gak gampang untuk ngasih tau musik underground tuh kaya gimana, dan Alhamdulillah tanggapannya baik dari masyarakat. Dan juga gue emang pengen berperan aja dalam *scenes underground* di bekasi ini dengan buka distro”

3. P : Kenapa diberi nama *Suckit Stuff*, *Underground Touch*, dan *Moshpit Store*?

B : “nama *Suckit Stuff* tuh lebih asik aja didengerin, gampang diinget. ‘Suckit’ tuh emang maksudnya dibaca dari “Sakit” terus gue bahasa inggrisin aja hehehe..maksudnya Sakit tuh energy yang diluar tubuh deh tp disini gue artiin semangat. Bukan sakit yang lemas atau gimana hahaha....trus Stuff kan artinya barang. Jadi, *Suckit Stuff* itu ya barang-barang untuk yang punya energy dan penuh semangat”

A : “*Underground Touch* itu artinya sentuhan bawah tanah..maksudnya ke musik-musik underground gitu metal, death metal, dan lain-lain. biar merch yang ada disini ada sentuhan ‘bawah tanahnya’ hehe”

R : “*Moshpit* sebenarnya kalo dimusik ekstrim ada yg disebut namanya *stack diving* (orang yang lompat dari panggung) atau moshpit, moshpit tuh kaya crowd gitu setiap penonton musik ekstrim karena identik dengan musik-musik keras. Pecinta musik ekstrim udh tau maksud dari *moshpit* itu”

4. P : Apa saja produk yang dijual? Bagaimana sistem produksi yang berjalan di distro saat ini?

B : “Umum sih ya,T-Shirt, celana, tas, topi, jaket, cd/kaset, slayer. Kalo sekarang setiap artikel diproduksi 15 pieces/potong, itu khusus buat satu band dan di khususin buat kaos doang. Soalnya

kita ngeliat hasil penjualan dulu. Kalo banyak yang suka kita produksi terus dan emang sih produksi kaos gini buat band yang udah terkenal aja di kalangan black metal, death metal gitu”

A : “Tas, CD/kaset, celana pendek, celan panjang, kaos, sama topi. Untuk pemilihan bahan-bahan, gue pilih yang bagus-bagus, bahannya yang tebal tap adem. Biasanya gue ambil dari Bandung tuh. Tau sendiri lah kan Bandung pusatnya yg bagus bahannya jadi gue milih ke konveksi di Bandung tapi ada juga beberapa yang titipan”

R : “Kaos, topi,cd/kaset, celana, tapi kaya yang mbak liat kebanyakan disini kaos hehehe. Selama produksi di pencetakan sablon dikonveksi gue mantau terus, gimana pengerjaannya. Kebetulan juga itu punya temen gue, yg kerja juga temen-temen gue jadi yaa sekalian maen silaturahmi. Kebanyakan kalo di gue tuh kaos ya, jumlah kaos lebih banyak jadi itu menurut gue karena peminatnya juga mayoritas kaos-kaos yang gue jual. Desain juga alhamdulillah sih pada suka”

5. **P : Kalau untuk beberapa desain produk seperti kaos, celana, dan merchandise lainnya, bagaimana sih proses menuangkan ide-ide dalam mendesain produk tersebut?**

B : “Proses desain barang kadang gue sendiri, kadang juga meminta bantuan teman untuk kerjasama mendesain barang-barang. Kalo gue biasanya itu kaya desain-desain logo suckit stuff karena Cuma tulisan aja, kalo buat gambar gitu gue masih belum jago banget haha”

A : “kalo desain itu tergantung, kadang dari gue yang minta mau desain apa, tentang apa. Misalnya gue mau tema perang yaudah nanti gue tinggal bilang ke artworker-nya. Kadang juga terserah artworker-nya mau desain kayak gimana nanti kalo gue cocok sama desainnya ya oke dan yang pasti gue ngajak artworker yg emang demen juga ama musik-musik underground, black metal dan lain-lain biar ngerti juga arti dari gambarnya”

R : “gue biasanya desain sendiri juga, tapi Cuma beberapa. Dan untuk desain yang bagus gue lebih milih artworker aja yang ngerjain karena mereka lebih detail, lebih nyata aja gambarnya dan emang keren sih selama ini yang gue liat. Makanya masih pake jasa artworker buat desain”

6. **P : Bagaimana proses distribusi rekaman yang terjadi di bisnis distro?**

B : “Prosesnya pun gue waktu itu punya studio rekaman kecil-kecilan buat tempat produksi karya band-band metal yang selanjutnya dibuat CD/Kaset yang ber label Suckit Records terus dijual ke temen dulu awalnya, setelah dari temen berkembang tuh ke komunitas terus ke event-event juga. Sama gue bikin etalase sendiri dirumah”

A : Kalo disini (Underground Touch) Cuma titip aja sih kita open kok kalo yang mau titip jual di distro. Jadi band-band metal yang udah bikin cd bisa disini.

R : Kalo di tempat gue ini (Moshpit Store) sifatnya terbuka ya, gue koleksinya campur dari band-band metal luar negeri maupun dalem negeri juga ada. Lumayan banyak juga kok yang minat karena menurut gue fans musik underground itu lebih bisa mengapresiasi karya orang sih, itu yang keren menurut gue, jadi sebagian besar pada titip jual”

7. **P : Apa makna musik underground metal bagi Anda?**

B : “waktu itu gue lagi suka musik ska sama punk, itu lagi terkenal banget kan dulu. Jadi gue suka. Kalo punk itu yg gue tangkep kan anti kemapanan yah, semua dilakukan sendiri jadi pas aja

sama kondisi gue dulu, apa-apa sendiri, mandiri. Kalo *underground* yang skarang gue geluti lah istilahnya, gue lebih nangek ini rada ekstrim karna lebih musik yang pertentangan gitu sama apapun, agama, pemerintah dan lain-lain tapi gue gak sampe ke dalem sih cuma nikmatin aja”

A : “musik yang mantep lah kalo gue bilang, kebetulan kurang suka gue ama yang lagu cinta-cintaan. Begitu denger musik ini kaya jiwa yang lepas aja gitu berekspresi”

R : “gue memaknai musik metal underground sebagai free space buat ngekspresiiin diri. Lebih ke musik sih yak arena kalo pahamnya gitu gue gak ngikut deh...musiknya aja yang gue nikmatin. Kalo di major label kan dibatasin nulis liriknya tentang apa, gimana. Tapi kalo di underground ini bebas”

8. P : Bagaimana respon anak underground/komunitas underground mengetahui ada distro underground disini?

B : “Respon dari anak komunitas underground gitu..sangat responsive dan asik aja dgn datang kesini loyal aja gitu mau tau. Terus gue selalu meloyalkan pembeli dengan cara ya bertemen aja, asik aja kan kalo kita banyak temen, saling sharing. Dibantu temen-temen dari medsos juga gampangya sih gue ngeggap pembeli sebagai temen yang gak berhenti di hubungan penjual dan pembeli”

A : Respon Alhamdulillah bagus banget ya terutama dari anak-anak scene underground. Berkat temen-temen komunitas juga yang bantu promosiin. Mudah gitu dijangkaunya untuk jarak yang dekat jadi ngerasa suka aja ada Underground Touch disini. Alhamdulillah”

R : “Respon anak underground dll cukup positif, dalam artian banyak orang yang tadinya coba pengen mengenal underground missal orang tua ngajak anaknya seputar underground ya saya coba jelasin ke dia, cerita. Kaya misalnya kenapa baju bisa mahal, kenapa musiknya kaya gitu”

9. P : Apa yang menjadi faktor pendukung membuka distro ini?

B : “yang pasti adanya dukungan dari temen-temen ya di komunitas maupun di luar support banget, dan adanya medsos juga yang jadi lahan promosi barang jualan gue”

A : “bisa ngiklanin di event-event dan nantinya bisa dipajang di pamphlet event tsb. Dan juga terjun langsung ke komunitas underground lain di bekasi.

R : “friendship sih disini, penting banget karena hidup bersosial itu penting. Gak hanya di lingkup kecil tapi jga di lingkup yang besar seluruh Indonesia selama kita menyukai hal2 yang sama. Keuntungan yg didapat ssih banyak ya secara sosial

10. P : Apa yang menjadi faktor penghambat membuka distro ini?

B : “tempat yg tidak strategis, modal belum banyak”

A : “paling modal karena produksi. Kalo kita produksi sendiri kita milih bahannya, kaos. Ada juga sih kalo Produksi dulu sebelumnya dengan barang yg nantinya udah jadi itu jarang sih butuh kepercayaan yg tinggi, jd Underground Touch gak ngambil sistem itu.

R : “modal hahaha. Terus lokasi juga gak strategis gini karena biasanya kaya gini kita dicari bukan kita yg nyari. Apalagi barang2 kita terbatas untuk jenis bahan gitu sih tergantung peminat aja mau cari bahan yg kaya gimana”

11. P : Apa harapan Anda untuk musik underground di Indonesia?

B : “harapannya semoga tambah maju, masyarakat juga makin terbuka sama musik underground”

A : “semoga makin banyak dukungan terutama dari komunitas dan band-band diterima orang-orang”

Lampiran IV

Transkrip Wawancara untuk Informan (Penggemar Musik Underground Metal)

Profil Informan IV

Nama : Ghozie Afwan
Usia : 23 Tahun
Pekerjaan : Pegawai Swasta
Tanggal : 29 Mei 2016
Lokasi : Warung Bakso Tiga Roda, Bekasi

Profil Informan V

Nama : Indra Warman
Usia : 22 Tahun
Pekerjaan : Montir
Tanggal : 18 Mei 2016
Lokasi : Studio Musik Zero's, Bekasi

P : **Peneliti**
G : Ghozie
I : Indra

1. P : Anda suka musik metal underground?

G : “iya suka, lebih tepatnya ke musik Black metal”

I : “iya bisa dibilang gitu sih”

2. P : Sudah berapa lama Anda berada di *scene underground* ini?

G : “sudah suka musik underground dari sd kelas 6”

I : “dari kapan ya..SMP kalau nggak salah udah demen metal”

3. P : Ceritakan *dong* awalnya suka sama musik *underground* bagaimana?

G : “awalnya suka musik *punk*, kebetulan saya player musik band saya mencoba mencari tantangan dari *punk* trus *pop* dan kemudian ah bosan nih pengen cari lagi yang baru, nyoba yang baru akhirnya nyoba *progressive*, *progressive* dibagi 2 macem ada *progressive rock* dan *progressive metal*”

I : “awalnya karena *dicekokin* sama temen dulu lagu-lagu metal pas gue *nongkrong-nongkrong*. Kebiasaan denger lagu metal jadi suka aja sampe sekarang”

4. P : Apa yang membuat Anda tertarik dengan *scene underground*?

G : “tertarik karena musik metal tuh tegas, tingkat keuslitan tinggi, dan ga sembarang untuk memaikannya walaupun terdengarnya cuma teriak-teriak doang tapi didalemnya tuh ada tekhniknya bernyayi sperti itu.

I : “ni musik bisa bikin *ngangguk-ngangguk* kepala sendiri, asik aja ngikutin iramanya”

5. P : Adakah filosofis atau ideologi apa yang ada di musik *metal underground*?

G : “terus terang gue nggak nganut ideologi kaya di Barat yang menurut gue ekstrim dan total, gue cuma pelajarin musiknya aja karena dasarnya emang gue suka musik underground dan jadi tempat berekspresi sih. Lirik yang sering gue buat juga ada beberapa yang nyeritain tentang negeri ini tapi menurut gue itu seru sih ngasah bakat juga bisa bikin lirik dan bikin nadanya gimana..kalo dari awal gue pelajarin progressive rock sama progressive metal sampe akhirnya gue milih Black Metal”

I : “kalo ideologi sama sih menurut gue kaya musik underground lain, nggak terikat major label karena disini, musik ini tuh tempat buat bebas berekspresi aja”

6. P : Sekarang dimana-mana terkenal kalau yang gemar dengan sesuatu hal yang sama lalu membuat komunitas, setahu kakak komunitas underground khususnya di Bekasi dimana saja?Anda sering berkumpul dengan komunitas?

G : “Komunitas di beklasi ada harapan indah crabs crew, Bekasi Friends Family, komunitas adalagi beklasi death metal horde. iya gue sering kok main main ke komunitas. kalo seringnya sih yang deket ke Suckit Stuff hehe tapi gue gak cuman di Suckit Stuff melulu, gue keliling komunitas lain untuk ngumpul-ngumpul biar kenal aja gitu sama temen yang lain. *sharing-sharing*, ya silaturahmi aja sih biar banyak temen. Soalnya komunitas sekarang banyak tapi banyak juga yang udah jarang kumpul anak-anaknya, jadi ya ga salah dong gue mampir-mampir ke komunitas lain”

I : “wah banyak ya..ada Bekasi Bawah Tanah, Bekasi Death Metal Horde, masih banyak lagi. Lumayan sering ngumpul, seringnya di *Bekasi Death Metal Horde (BDMH)* di distro punya Bang Anton *Underground Touch*”

7. P : Seberapa penting sih komunitas bagi *scene underground*?

G : “Penting banget adanya komunitas, menjalin silaturahmi, tempat sharing, nambah pengetahuan juga. Sebenarnya komunitas itu pecahan dari *one finger movement* yang sering nongkorng d studio musik zero beklasi pondok hijau dan yaudah bikin komunitas disitu, kalo lagi main musik kita ngumpul, *sharing-sharing*”

I :”penting banget, karena dari ngumpul-ngumpul gini kita kan jadi saling kenal dan seru banget kalo kita ngumpul dengan kesukaan yang sama. Nyambung omongannya”

8. P : *Scene underground* ini tidak lepas dari penampilan, dengan keberadaan distro yang jual merch. Apakah sering belanja di distro? Biasanya barang apa yang dibeli?

G : “Saya sering belanja di distro dan kebetulan teman saya banyak yang buka distro jadi saya beli disitu, saya sering beli jaket, kaos, celana”

I : “lumayan sering gue beli *merch* di UT (Underground Touch) yang sering gue beli sih banyakan kaos, celana, sama topi. Gue akuin barang-barang disini gak keliatan murahan, dari bahannya aja bagus makanya gue suka. Trus walaupun rada mahal harganya tapi kan harga menentukan kualitas hehehe...sama ya bantu-bantu untuk menghidupi bisnis temen juga”

9. P : Seberapa penting sih menurut anda keberadaan distro underground? beri alasan

G : “Penting, karna intinya kalo belanja disitu ya mnghidupi temen-temen kita juga ,kaya mas bayu hidupnya dari musik dan lewat jalur gitu..”

I : “bagi gue ada untungnya banget lah ada distro, apalagi dijadiin tempat ngumpul anak-anak komunitas underground metal, gue jadi lebih pede aja mencintai musik ini karena banyak temen yang suka juga, terus ningkatin solidaritas juga kan. Sebenarnya gak ada istilah anggota komunitas, karena kita semua sama..gak ada yg lebih senior atau junior jadi siapa aja yang mau ngumpul dateng aja, Ga Cuma anak death metal tapi semuanya dah ayok. kita ngumpul disini juga ada tujuannya ya itu tadi ngumpul, saling kenal, sharing juga terus banyak lagi tujuan-tujuan kita yang lainnya”

10. P : Makna musik underground bagi anda?

G : “Makna dari musik metal sangat kuat bisa mempersatukan orang-orang, keliatannya beringas tapi kita semua sama, gak ada yang kekerasan biasanya yang suka bikin rebut sbenarnya adalah oknum-oknum yang sengaja mencederai ya pengen mabok, padahal sbenarnya kita bikin peraturan kita larang bawa alcohol, mereka lalu minum diluar maboknya didalam acara dan bikin rusuh, dan seringnya itu terjadi di acara-acara metal jadi orang-orang menganggapnya musik metal tuh rusuh”

I : “musik metal nih punya power ya, mungkin banyak orang yang ngeliat musik rusuh tapi menurut gue musik metal tuh beda deh dari yang lain, yang banyak orang gak ngerti di dalemnya kaya apa”

11. P : Harapan anda untuk scene underground ke depannya?

G : “Harapan ke depan underground tidak dipandang sebelah mata, jangan diliat sebagai sampah masyarakat lah. Terus terang yang berkemcimpug di dunia ini bukan orang sembarangan, bukan pengangguran kita disini berkarya menyalurkan hobi kita dan itu positif yaitu melalui musik”

I : “yang pasti berharap banyak ya terutama bisa di terima masyarakat dan pemerintah kalo bisa merhatiin scene underground, terus juga semoga komunitas pergerakannya makin aktif melakukan hal-hal positif”

Lampiran V

Transkrip Wawancara Dengan Triangulasi Data dari Band Metal asal Bekasi, *Asphyxiate*

Profil Informan 6

Nama : Adi
Usia : 31 Tahun
Pekerjaan : Musisi
Posisi : *Bassist*
Lokasi Wawancara : Summarecon Mall Bekasi
Tanggal Wawancara : 24 Desember 2016

P : **Peneliti**
A : **Adi**

1. **P** : **Sudah berapa lama Anda berada di *scene underground metal* ini?**

A : “kalau gue sendiri suka udah dari tahun ’99. Awalnya dulu black metal Cumakesini-sini makin banyak macam musik underground dan akhirnya gue pilih death metal sampe sekarang. Kalau untuk band, *asphyxiate* dimulai dari tahun ’98 yang waktu itu gue masih belum jadi personil hehe”

2. **P** : **Siapa atau apa yang influence anda menyukai musik metal?**

A : “Yang influence tuh band *disgorge*, *suffocation*, trus dari band Indonesia ada *burger kill*.”

3. **P** : **Makna musik underground metal bagi anda?**

A : “Makna musik underground bagi gue apalagi band tentu aja ada adrenaline di dalamnya. terus juga semangat berkarya, yang gak peduli omongan orang dan gak peduli deh dibayar berapa yang penting gue dan temen-temen band manggung bikin penonton *seneng*. Dan sebenarnya ini gak lepas dari yang namanya hobi, hobi kalo udah dijalani dengan hati tuh kayanya udah bahagia aja hidup haha”

4. **P** : **Musik Underground ini, termasuk metal, sering disebut-sebut sebagai anti mainstream, apa maksud dari anti mainstream tersebut?**

A : “pengartiannya itu sebenarnya bisa dipahamin dari baca kata itu sendiri, ‘anti mainstream’ maksudnya berbeda dari yang lain, beda dari yang pasaran. Mainstream tuh kan artinya yang digemari orang-orang banyak. Pasar industri disini nih yang maen peran buat menggiring selera musik masyarakat yang gampang dicerna di kuping orang-orang sampe akhirnya industry itu bis ngehasilin duit dari musik tersebut. Nah kalau musik underground ini kebalikan dari itu, kita gak mau nodain seni musik dilihat cuma buat ngehasilin duit aja tapi kita hargai seni itu suatu bentuk music yang murni, bebas dari kekangan ‘duit’. Isi liriknya pun kita lihat dari band-band luar negeri yang isinya kritik ke

pemerintahan, masalah sosial dan lainnya dan jelas beda dari musik-musik pasaran kaya pop..kira-kira itu”

5. P : Lalu, apa yang membedakan musik underground dan musik pop?

A : “Oh, beda dong. Kembali lagi, karena musik underground gak di produksi atau dipasarkan di major label karena ya ideologinya udah gitu ‘non major label’ jadi hanya segelintir orang yang mau nikmatin. Apalagi dari jenis musiknya yang keras, nge-beatnya, lirik-lirik di lagu juga yang berisikan kontra deh sama segala yang gak dapet keadilan di dunia ini. Nah dituang kesitu bentuk perlawanan dan ngekspresiin diri juga sih lewat lagu. Orang-orang pun gak susah kok kalo pengen tau musik underground itu gimana sih bentukannya, jangan salah mba musik underground sekarang banyak banget fansnya, lebih dari jutaan. Simple deh, mba kalo mau liat fanpagenya Burger Kill sama Raisa tuh banyakan Burger Kill mba, bener..hehe Kalo pop, udah dikuasai dia sama major label untuk menarik selera musik masyarakat yang gampang diinget gitu kan..jadi beda. “

6. P : Ideologi apakah yang menjadi panutan musik underground metal di Indonesia, khususnya Bekasi?

A : “Ideologi tetap pada ideologi underground metal pada umumnya ya, kita tetap menganut anti mainstream dan pertahanin keaslian musik-musik kita dalam berkarya. Gak ada masalah bagi kita gak terkenal, yang penting kita bikin musik, kita cinta musik, kita pertahanin itu pure music. Campur tangan major label gak ada sama sekali, event gigs lah yang membantu kita lebih dikenal oleh komunitas-komunitas. Dengan kita manggung disitu kita bisa ngenalin lagu-lagu ke penonton, kita sih juga bikin kaset dan biasanya kaset itu kita taroh di distro nah di situlah kalo ada yang suka ama lagu kita, bias dicari disitu. Jadi sebuah karya tuh bagi gue dan temen-temen di band tuh harus dihargai keasliannya. Bukan dari ideologi luar negeri. kita di Indonesia selangkah lebih maju lah kalo gue pikir.”

7. P : Sejauh apa anda memilih musik metal dalam kehidupan anda?

A : “Gue terjun di dunia metal ini bertahun-tahun lalu, dan intisari yang gue ambil adalah bentuk dari musiknya. Musik metal tuh tempat yang cocok banget buat mengeksplor diri yak karena di dalamnya masih banyak macam jenis musik underground. dan menurut gue ya hidup gue untuk musik metal ini bisa dikatakan 50;50. Semua seimbang.”

8. P : Musik underground seperti ini tentunya selalu didukung oleh komunitas. Apakah anda sering berkumpul dengan komunitas? Seberapa penting komunitas di scene underground metal ini?

A : “Lumayan sering ngumpul, kita sih ngerti ya adanya band ini adalah awalnya dari komunitas. Komunitas bagi gue kaya lo, sama tiga atau empat orang temen lo suka dengan satu hal yang sama, udah gue sebut komunitas. Jadi kita gak lupa komunitas disini perannya kaya gimana. Bagi gue ya penting banget ya, toh dari sini lo bisa berbagi, tempat ketemu, silaturahmi, sharing musik atau pendapat. Itu penting sih di dunia underground ini apalagi, yang emang orang-orang nganggep sebelah mata ye kan.

Dari yang Indonesia sampe ke daerahan ada. Ga salah kalo kita ngumpul bareng, ngomongin hal yang kesukaan kita. Jadi menurut gue komunitas adalah nyawa bagi musik underground metal.”

9. P : Scene underground ini juga tidak lepas dari penampilan, dengan keberadaan distro yang jual merch. Seberapa penting sih menurut anda keberadaan distro underground? Adanya distro underground metal saat ini bagaimana?

A : “sangat penting. Distro termasuk penunjang kita buat masarin album kita tentunya kan masih di jalur underground. kita produksi sendiri, terus kalo untuk merch kita kontrak dulu antara band sama distro, ngomongin kesepakatan dan bagi royalti. Dari situ sih kita cari-cari rezeki haha. Udah banyak banget dan mereka biasanya ada kalo di gigs bikin stan, mendukung band-band metal per daerah sih biasanya kalo lagi konser/gigs.”

10. P : Pembelajaran apa yang didapat selama berada di scene underground metal ini?

A : “Banyak banget mba, tentunya pelajaran hidup yang berarti ya..kekerabatan sih yang paling penting. Bagi gue underground ini solidnya tinggi banget, loyal semuanya. Menghargai satu sama lain bagi gue udah lebih dari cukup. Makanya ke depan, gue sama asphyxiate mau ngasih yang terbaik untuk penggemar terkhusus komunitas”

11. P : Menurut anda, bagaimana scene underground metal di Indonesia saat ini?

A : “Bagus, bagus banget. Banyak perkembangan, banyak yang suka juga. Bahkan udah bisa deh di sejajarin sama musik-musik pop Indonesia. Penggemarnya nggak kalah banyak, bahkan bisa lebih ya. Event musiknya juga udah macem-macem dan dimana-mana. Prospeknya bagus”

Lampiran VI

Dokumentasi Foto Saat Penelitian

1. Bayu, pemilik distro Suckit Stuff



2. Anton, pemilik distro Underground Touch



3. Ricky, Pemilik distro Moshpit



4. Ghozi, komunitas Trigger



5. Indra, Komunitas Bekasi Death Metal Horde 6. Peneliti dengan Personil Band Asphyxiate



Riwayat Hidup



Meliana Arini, lahir pada tanggal 20 Mei 1994 di Jakarta. Penulis anak ke 2 dari 2 bersaudara dari pasangan Supatno dan Ambar Kadripi. Penulis telah menyelesaikan Pendidikan Dasar pada Sekolah Dasar Negeri 08 Pagi, Pondok Kopi, Jakarta Timur pada tahun 2007. Setelah lulus sekolah dasar, penulis melanjutkan pendidikannya di SMP Muhammadiyah 50 Klender, Jakarta Timur. Setelah lulus pada tahun 2009, penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 107 Jakarta Timur. Setelah lulus SMA pada tahun 2012, penulis kemudian melanjutkan pendidikan dengan berkuliah di Universitas Negeri Jakarta. Penulis memilih jurusan Sosiologi dengan Program Studi Sosiologi Pembangunan.

Kuliah dilewati hari demi hari oleh penulis, mengerjakan tugas yang diberikan oleh Dosen secara individu maupun kelompok. Selama berkuliah, penulis mendapatkan pengalaman penelitian sesuai mata kuliah yang diajarkan. Penelitian yang dilakukan antara lain, *“Peran Pendidikan Dalam Kesejahteraan Masyarakat Pedesaan”* yang dilakukan di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu dalam mata kuliah Sosiologi Pedesaan. Kemudian, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan di Desa Banding, Rajabasa, Lampung Selatan, Bandar Lampung dengan judul penelitian *“Strategi Bertahan Hidup Nelayan Pada Musim Baratan”*. Penulis juga berkesempatan melakukan Magang, sehingga penulis dapat Magang di perusahaan properti PT Summarecon Agung, Tbk divisi *Operational Support*. Pengalaman selama kuliah merupakan suatu hal yang sangat menyenangkan dan tidak dapat penulis lupakan.

Penulis dapat dihubungi melalui email: melianaarini@rocketmail.com