

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, penulis menyajikan temuan dari studi sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian ini, dengan tujuan untuk membandingkan hasil penelitian terdahulu dengan fokus penelitian yang sedang dilakukan.

1. Penelitian terdahulu yang pertama adalah penelitian tentang “Musik Rap Sebagai Budaya *Hip-Hop* di Mata Generasi Milenial (Studi Kasus Pelaku dan Penikmat Kolektif Dreamfilled)” yang dilakukan oleh Hansen Djulianto dan Gregorius Sukendro (2022). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mewawancarai lima informan untuk mengeksplorasi pandangan generasi milenial terhadap musik *rap* sebagai bagian dari budaya *hip-hop*. Hasil temuan studi ini mengindikasikan bahwa *hip-hop* adalah fenomena budaya yang telah terakar sejak dulu hingga saat ini, dan kolektif Dreamfilled menunjukkan bahwa generasi milenial dapat menjaga relevansi dengan budaya *hip-hop*, baik dalam gaya berpakaian maupun bahasa, tanpa berlebihan.
2. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Dhimas Abdillah Syarafa, Lisa Adhrianti, dan Eka Vuspa Sari dengan judul "Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu" (2020). Penelitian ini mengulas mengenai bagaimana identitas sosial mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu dibentuk melalui *fashion*

sebagai salah satu bentuk komunikasi nonverbal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, serta menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan informan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *fashion* memiliki peran signifikan bagi mahasiswa, karena dianggap sebagai ekspresi diri yang mempengaruhi tingkat kepercayaan diri dan membentuk identitas mereka di lingkungan kampus.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dijelaskan di atas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang akan dilakukan peneliti. Persamaannya terletak pada subjek yang akan diteliti, yaitu gaya busana sebagai media pembentukan identitas.

Untuk perbedaannya, pada penelitian pertama membahas tentang pandangan generasi milenial terhadap musik *rap* sebagai bagian dari budaya *hip-hop*, yang dianalisis menggunakan teori subkultur dan *fashion*, serta teori tambahan seperti persepsi, gaya hidup, musik, dan budaya, sedangkan pada penelitian kedua, perbedaannya terletak pada penggunaan teori identitas sosial dari Henry Tajfel untuk mengamati *fashion* sebagai komunikasi identitas sosial. Jadi, perbedaan penelitian pertama dan kedua dengan penelitian ini adalah teori yang digunakan. Pada penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori interaksi simbolik milik George Herbert Mead untuk melihat gaya busana sebagai media pembentukan identitas.

Keunikan dalam penelitian ini adalah belum banyaknya kajian tentang gaya berbusana *hip-hop*, khususnya di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu

Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Memang ada beberapa penelitian tentang gaya berbusana atau *fashion*, tetapi belum ada yang pernah meneliti tentang *fashion hip-hop*.

2.2 Komunikasi

2.2.1 Definisi Komunikasi

Salah satu bagian terpenting dan kompleks dari kehidupan manusia adalah komunikasi; interaksi kita dengan orang lain, baik yang kita kenal maupun yang tidak. Komunikasi didefinisikan oleh etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah). Abidin (2022:1) menyatakan bahwa kata "komunikasi" berasal dari kata "*communion*" (berbagi). Dalam Bahasa Latin kemudian berubah menjadi *communio*, yang berarti membuat atau membangun kebersamaan antara dua atau lebih orang. Karena itu, komunikasi setidaknya terdiri dari tiga komponen: (1) berbagi, (2) kebersamaan atau pemahaman, dan (3) pesan. Dengan kata lain, jika ada pesan yang dibagikan ke orang lain, tujuan dari pesan tersebut adalah untuk mencapai kebersamaan pemahaman.

Banyak ahli telah mencoba mendefinisikan komunikasi secara terminologi. Salah satunya, Carl I. Hovland dalam Komunikasi Antar Pribadi (Abidin, 2022: 2), mengatakan bahwa komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain. Kemudian Harold D. Laswell menyatakan bahwa komunikasi pada dasarnya adalah proses menjelaskan; Siapa? Itu menunjukkan apa? Di saluran mana? Untuk siapa? Apa efeknya? (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*). Komunikasi, menurut Everett M. Rogers, adalah proses pengiriman

konsep dari sumber ke salah satu atau lebih penerima dengan tujuan untuk mengubah tindakan mereka.

Dari beberapa pengertian yang telah disebutkan, komunikasi dapat disebut sebagai proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan melalui sarana tertentu yang membantu mereka memahami satu sama lain dan memberikan informasi khusus kepada komunikan.

2.2.2 Bentuk-Bentuk Komunikasi

Salah satu aspek yang penting dan kompleks dalam kehidupan manusia adalah interaksi komunikasi. Interaksi komunikasi manusia sangat dipengaruhi oleh hubungannya dengan orang lain, baik itu individu yang dikenal maupun yang tidak. Pesan yang disampaikan dapat disampaikan secara verbal melalui kata-kata atau secara nonverbal tanpa menggunakan kata-kata (Pohan dan Fitria, 2021, 33-34).

1. Komunikasi verbal, adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis atau lisan.
2. Komunikasi nonverbal, merupakan segala bentuk komunikasi tanpa unsur verbal seperti kata-kata baik melalui percakapan maupun tulisan. Komunikasi nonverbal dapat berupa lambang-lambang seperti gerakan tangan, warna, ekspresi wajah, tarian dan drama hingga ke musik.

2.3 Musik *Hip-Hop Rap*

2.3.1 Definisi Musik *Hip-Hop Rap*

Musik *hip-hop* yang juga dikenal dengan musik *rap*, meski berkaitan, namun sebenarnya keduanya adalah hal berbeda. Musik *hip-hop* terdiri dari

kumpulan musik dari berbagai genre dengan *beat* atau ketukan, yang kemudian digabungkan dengan *rap*. *Rap* sendiri adalah teknik vokal berbicara yang menggunakan rima dan ritme yang cepat.

Blow yang dikutip oleh Abrianto (2019) mengklaim bahwa *breakdance*, seni *graffiti*, *MC-ing* atau *rap*, dan perkembangan budaya lainnya merupakan gerakan yang memunculkan musik *hip-hop*. Budaya *hip-hop* bermula dari Bronx, sebuah wilayah perkotaan di utara New York yang dihuni oleh berbagai kelompok imigran, terutama dari latar belakang Afro-Amerika dan Latin.

Musik *hip-hop* merupakan ungkapan dari gerakan hak-hak sipil generasi baru yang diprakarsai oleh kaum muda perkotaan yang merasa terpinggirkan, terisolasi, dan tertekan. Pesan perlawanan yang muncul dari realitas jalanan tercermin dalam musik *hip-hop*, yang menggambarkan suara generasi yang menolak kondisi sosial yang didasari oleh kemiskinan, kritik terhadap ketidakadilan sosial, dan ketidaktertarikan pemerintah terhadap kelompok tertentu (Abrianto, 2019:20).

2.4 Gaya Busana

Nordholt yang dikutip Berek (2018:56) menyatakan bahwa signifikansi gaya busana atau *fashion* dalam konteks sosial menjadi terlihat jelas ketika kita membayangkan sebuah jalan atau rumah tanpa orang-orang berpakaian; dalam situasi tersebut, mereka akan kehilangan ciri khas mereka yang dikenal dan oleh karena itu, kehilangan identitas mereka. Dengan demikian, pakaian dapat diibaratkan sebagai "kulit sosial dan budaya" kita. Namun, menurut Wilson dalam Berek (2018:57), *fashion* dipandang sebagai "perpanjangan tubuh," yaitu bagian

yang tidak hanya menghubungkan individu dengan lingkungan sosial tetapi juga memisahkan keduanya.

Dalam karya *Fashion as Communication* yang dikutip Berek (2018:57), Malcolm Bernard menjelaskan bahwa “*fashion* adalah fenomena budaya, di mana *fashion* menjadi cara bagi kelompok atau individu untuk membangun dan menyampaikan identitas mereka, serta orang cenderung membuat penilaian berdasarkan pakaian yang dikenakan oleh orang lain.” Secara singkat, *fashion* dapat dianggap sebagai bentuk representasi diri di mana seseorang berupaya untuk memperkuat identitas mereka di mata orang lain dengan cara merancang gaya berpakaian mereka agar orang lain dapat menafsirkan identitas mereka sesuai dengan keinginan individu tersebut.

2.4.1 Gaya Busana sebagai Identitas Diri

Dari awal dimulainya toko-toko *fashion* (distro) hingga pusat perbelanjaan yang menjual barang-barang dengan merek internasional, perkembangan modernisasi dan globalisasi secara signifikan memengaruhi evolusi gaya busana di berbagai belahan dunia. Di sisi lain, praktik membeli barang-barang bekas bermerek dengan harga terjangkau, dikenal juga sebagai “*thrifting*”, telah menjadi tren. Gaya busana secara perlahan mulai mengalami perubahan karena konsumtifitas yang meningkat dan ketaatan pada tren zaman, yang menyebabkan perubahan dalam pemilihan lingkungan sosial yang sesuai dengan preferensi individu (Sandy, 2023:28).

Gaya busana atau *fashion* telah menjadi salah satu elemen kunci dalam pembentukan identitas individu pada masa kini. Identitas tersebut tercermin

melalui gaya busana yang dipilih penggunanya. Melalui *fashion*, pengguna merasa lebih dikenal dan dihargai dalam lingkungan sosial mereka karena gaya busana yang unik. Tidak diragukan lagi, mereka berusaha untuk tampil berbeda dan menarik perhatian melalui busana yang mereka kenakan.

Seperti yang disorot oleh Barthes dalam "*The Language of Fashion*" yang dikutip oleh Sandy (2023:29), setiap aspek gaya busana membawa pesan khusus yang ingin disampaikan oleh individu yang mengenakannya, karena *fashion* dipandang sebagai medium komunikasi yang efektif. Kesadaran akan hal ini telah diterima secara luas, karena gaya busana dianggap memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan yang mendalam dan tujuan pemakainya. Oleh karena itu, diharapkan bahwa orang dapat menginterpretasikan pesan yang terkandung dalam gaya busana yang mereka lihat. Sebagai contoh, gaya busana anak-anak *punk*, yang sering mengenakan pakaian hitam, bertujuan untuk menyampaikan pesan tentang kebebasan.

Gaya busana tidak sekadar sebagai ungkapan diri, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang memengaruhi cara seseorang menunjukkan nilai-nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan mereka kepada orang lain. Dalam masyarakat yang menekankan individualitas, menonjolkan ciri-ciri dan identitas diri menjadi penting. Gaya berpakaian dapat menjadi alat untuk menyampaikan pesan yang tidak mudah diucapkan dengan kata-kata, sehingga sering digunakan untuk mengekspresikan identitas individu.

2.4.2 Gaya Busana sebagai Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Komunikasi terdiri dari komunikasi verbal dan nonverbal. Simbol atau pesan verbal adalah lambang apa pun yang menggunakan satu atau lebih kata. Menurut Mulyana yang dikutip oleh Sandy (2023:30), bahasa adalah sistem kode verbal juga. Bahasa adalah sistem tanda-tanda yang digunakan dan dipahami oleh orang-orang dalam suatu budaya. Di sisi lain, komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang menggunakan pesan nonverbal. Di luar kata-kata terucap dan tertulis, istilah nonverbal biasanya digunakan untuk menggambarkan semua peristiwa komunikasi. Secara teoritis, komunikasi verbal dan nonverbal tidak sama. Namun, dalam komunikasi sehari-hari, kedua jenis komunikasi ini saling melengkapi.

Komunikasi nonverbal merupakan bagian penting dari komunikasi yang melibatkan kata-kata. Pesan-pesan tanpa kata sering kali menyertai komunikasi verbal. Leathers mengelompokkan komunikasi nonverbal menjadi tiga jenis: komunikasi nonverbal visual (misalnya gerakan tubuh, penggunaan ruang pribadi dan sosial, serta penampilan fisik seperti pakaian dan kosmetik), komunikasi nonverbal auditif (seperti intonasi dan nada suara), dan komunikasi tidak terlihat, tidak terdengar, nonverbal, nonvisual, pendengaran, atau tidak terhubung dengan bahasa (seperti sentuhan dan aroma).

Fashion merupakan pesan yang termanifestasi melalui penampilan individu. Saat berinteraksi dengan orang lain, penampilan akan menjadi fokus sebelum komunikasi verbal dimulai. Seperti yang dijelaskan oleh Kefgan dan Touchie yang dikutip oleh Sandy (2023:31), "Penampilan menyampaikan pesan,

penampilan terlihat sebelum suara terdengar, penampilan selalu terkait dengan perilaku tertentu." Fenomena ini sering teramati dalam kehidupan sehari-hari, di mana penilaian terhadap individu sering kali berdasarkan penampilannya, terutama dalam hal gaya berpakaian.

2.4.3 Gaya Busana *Hip-Hop*

Menurut Parnington (2018:29-31), gaya busana *hip-hop* digolongkan sebagai berikut:

1) *Gangsta Style*

Banyak individu dari lapisan masyarakat pinggiran memilih gaya *gangsta* untuk mengekspresikan identitas mereka. Banyak penggemar *hip-hop* mengadopsi gaya ini karena banyak artis *hip-hop* yang berasal dari latar belakang pinggiran yang keras dan mencapai kesuksesan sebagai artis *rap* yang mendapatkan banyak penghargaan.

2) *Fashion Among Hip-Hop Elites*

Terdapat tren mode pakaian di West Coast yang dipengaruhi oleh periode gangster tahun 1930-an hingga 1935-an dan film *Scarface*. Penampilan gangster tahun 1930-an ini mendapatkan popularitas di kalangan elit *hip-hop* sebagai puncak status sosial dan identitas. Untuk menekankan status eksklusif mereka, para mucikari — juga disebut sebagai *pimp* — mengadopsi gaya ini.

3) *Jewelry Culture*

Platinum mulai diberikan di penghargaan musik Amerika menggantikan emas di pertengahan 1990-an. Banyak musisi *hip-hop*

yang dihormati dengan penghargaan platinum dan multiplatinum mengambil kesempatan untuk memamerkan prestasi mereka dengan mengenakan rantai sebagai kalung atau bling berkilau.

4) *Modern Hip-Hop Fashion (2000's Hip-Hop Fashion)*

Bukan hanya P. Diddy, tetapi semakin banyak musisi *hip-hop* mulai membangun dan mempromosikan bisnis pakaian mereka sendiri di akhir 1990-an. Merek-merek ini diiklankan di klip video mereka serta selama penampilan langsung. Contohnya adalah Damon Dash dan Jay-Z (Rocawear), 50 Cent (G-Unit Clothing), Eminem (Shady Limited), 2Pac (Makaveli), Russell Simmons (Phat Farm), Kimora Lee Simmons (Baby Phat), Diddy (Sean John), TI (AKOO), dan Nelly (Apple Bottom Jeans). Selain itu, merek label rekaman termasuk FUBU, Eck?, Dickies, Girbaud, Enyce, Famous Stars and Straps, Bape, LRG, Timberland Boots, dan Akademiks menjadi lebih terkenal.

2.5 Identitas

2.5.1 Pengertian Identitas

Identitas merupakan kesadaran seseorang untuk memberikan makna kepada diri sendiri sebagai individu unik yang berbeda dari kelompoknya dalam aspek-aspek tertentu, memiliki mayoritas keyakinan yang stabil, dan memainkan peran penting dalam konteks kehidupan masyarakat (Muhyiddin, 2023). Identitas juga dapat digambarkan sebagai konsepsi diri seseorang, penentuan arah atau tujuan, dan nilai-nilai serta keyakinan yang dipegang teguh seseorang.

Identitas diri pada dasarnya menghasilkan introspeksi tentang diri sendiri dan bagaimana orang lain melihatnya. Identitas diri seseorang termasuk pikiran, aspirasi, harapan, standar moral, perilaku sosial, dan ciri-ciri fisik.

2.5.2 Aspek-Aspek Identitas

Menurut Muhyiddin (2033), aspek-aspek identitas diri adalah sebagai berikut:

1. Sosial, komponen utama dari pembangunan identitas diri dalam kehidupan sosial adalah pemenuhan status dalam suatu kelompok. Partisipasi individu dalam kelompok sangat penting untuk mencapai validasi diri.
2. Fisik, identitas diri dan penampilan fisik seseorang saling terkait. Evaluasi seseorang terhadap dirinya sendiri, terutama dalam hal penampilan fisiknya, memiliki dampak yang lebih besar daripada penilaiannya terhadap dirinya sendiri karena hal itu mempengaruhi pandangannya.
3. Personal, ada ciri-ciri kepribadian seperti harga diri, keyakinan diri, dan pengendalian diri dalam aspek ini. Selain itu, ada hubungan seperti identitas gender yang kuat, di mana laki-laki lebih puas dengan identitas mereka.

2.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Identitas

Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi identitas:

1. Keluarga, orang tua memiliki dampak signifikan pada seberapa mendukung lingkungan keluarga individualitas dan integrasi

pengembangan identitas seseorang selama proses menemukan identitas diri. Seseorang dapat menumbuhkan identitas mereka dengan baik dan mantap tergantung pada bagaimana keluarga mereka memperlakukan satu sama lain dan bagaimana mereka berinteraksi dengan anak-anak mereka.

2. *Reference Group*, merupakan kelompok yang membentuk identitas seseorang karena secara umum seseorang bergabung dalam sebuah kelompok karena memiliki minat dan tujuan yang sama. Orang-orang ini juga akan berfungsi sebagai standar untuk norma-norma kelompok yang harus mereka penuhi agar sesuai.
3. *Significant Other*, adalah orang-orang yang memiliki dampak signifikan bagi seseorang seperti saudara laki-laki, teman, instruktur, atau sosok yang diidolai (Muhyiddin, 2023).

2.5.4 Identitas Sosial

Identitas bukan hanya pribadi; identitas juga berkaitan dengan sekelompok orang yang dikenal sebagai identitas kelompok atau identitas sosial. Identitas sosial adalah komponen dari konsep diri berbasis pengetahuan seseorang di mana seseorang menjadi bagian dari kelompok sosial dan pentingnya keanggotaan kelompok itu baginya pada tingkat emosional. Menurut Baron dan Byrne yang dikutip Rakhmawati (2018), identitas sosial seseorang mendefinisikan mereka, mencakup karakteristik unik mereka serta kesamaan mereka dengan orang lain.

Menurut beberapa definisi di atas, identitas sosial seseorang dapat didefinisikan sebagai konsep dirinya, yang didasarkan pada pemahamannya

tentang siapa mereka sebagai kelompok dan sebagai individu, bersama dengan nilai-nilai dan perasaan seperti rasa memiliki, peduli, dan bangga sebagai bagian dari suatu kelompok. Dalam penelitian ini, yang ingin dilihat adalah identitas musik yang melekat pada komunitas Timore Art Graffiti dibentuk oleh gaya berbusana selaku penikmat musik Muria Mardika.

2.6 Teori Interaksi Simbolik

Interaksionisme simbolik memusatkan perhatian pada keterkaitan antara simbol dan interaksi, dengan individu sebagai fokus utama teori ini. Teori ini menyoroti dua aspek penting: bahwa individu dalam masyarakat terlibat secara terus-menerus dalam interaksi sosial, dan bahwa interaksi tersebut terjadi melalui penggunaan simbol-simbol yang cenderung berubah. Makna dan simbol yang timbul dari interaksi tersebut memiliki dampak signifikan pada perilaku dan interaksi manusia.

Simbol dan makna telah memberikan identitas khusus pada tindakan sosial dan interaksi manusia. Dalam konteks ini, tindakan sosial adalah ketika individu bertindak dalam hubungannya dengan orang lain. Sebagai pelaku dalam tindakan tersebut, individu berupaya untuk memprediksi dampak dari tindakannya terhadap individu lainnya.

Dalam terminologi Mead, setiap isyarat nonverbal dan komunikasi pesan verbal yang dimaknai oleh semua pihak sesuai dengan saling pengertian berpartisipasi dalam pertukaran ide adalah cara yang signifikan untuk menggunakan simbol dengan makna. Baik tindakan individu maupun perilaku orang lain dapat memengaruhi simbol tertentu. Dengan menggunakan sinyal

dalam bentuk simbol, seseorang dapat mengkomunikasikan tujuan, perasaan, dan pikiran kita. Atau, seseorang bisa membaca sinyal yang ditunjukkan orang lain.

Konsep dasar Mead yang dikutip Sandy (2023: 32-33) yang membentuk makna berasal dari pikiran (*Mind*) manusia tentang dirinya sendiri (*Self*) dan bagaimana ia berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Tujuan akhir dari interaksi simbolik adalah untuk memediasi dan menafsirkan makna di dalam masyarakat (*Society*) di mana individu hidup. Makna timbul dari interaksi, dan hanya melalui interaksi itu kita dapat membentuk hubungan dengan orang lain.

Menurut teori interaksi simbolik, setiap orang harus proaktif, reflektif, dan kreatif dalam menafsirkan, menampilkan, dan menunjukkan perilaku yang unik, rumit, dan sulit ditafsirkan. Perilaku ini dibentuk oleh struktur sosial yang membentuk atau menyebabkan perilaku tertentu yang membentuk simbolisasi dalam interaksi sosial masyarakat.

Dalam interaksi sosial, orang secara simbolik mengkomunikasikan makna kepada orang lain. Orang lain kemudian menafsirkan komunikasi itu dan mengatur tindakan balasannya berdasarkan apa yang mereka tafsirkan. Para aktor saling mempengaruhi dalam proses yang ditunjukkan oleh interaksi sosial. Itu berarti bahwa mereka memiliki hubungan timbal balik satu sama lain, yang menghasilkan interaksi. Manusia menggunakan perantara lambang atau simbol tertentu untuk berinteraksi dengan orang lain. Manusia membentuk pandangan tertentu melalui proses sosial di mana mereka memberikan interpretasi terhadap berbagai aspek kehidupan bagi orang lain. Akibatnya, perilaku mereka dipengaruhi oleh definisi sosial yang terbentuk.

Teori interaksi simbolik pada dasarnya mengakui bahwa manusia adalah makhluk yang bergantung pada hubungan sosial. Setiap individu memiliki relasi dengan yang lain, yang memerlukan penggunaan simbol-simbol khusus. Dalam banyak konteks, seperti bahasa, tulisan, dan simbol-simbol lain dengan kualitas dinamis dan khas, simbol-simbol ini biasanya disepakati bersama.

Hubungan antara musik dan identitas juga diperiksa melalui lensa interaksionisme simbolik, di mana simbol-simbol yang dihasilkan oleh musik berinteraksi dengan orang lain untuk memberikan banyak interpretasi. Makna yang timbul dari interaksi simbol-simbol ini menjadi dasar bagi komunikasi. Identitas musik tertentu dibentuk oleh musik itu sendiri serta atribut-atribut yang terkait, termasuk gaya berpakaian dan pandangan hidup yang diadopsi. Semua identitas ini terbentuk melalui interaksi simbol-simbol yang dipengaruhi oleh perubahan dalam konteks situasional.