

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini mengungkap identitas *Jamet Kuproy* yang merupakan subkultur yang muncul di media sosial TikTok. *Jamet Kuproy* merupakan terminologi yang melekat pada anak muda metal yang muncul di media sosial TikTok. Istilah ini muncul dan populer di media sosial *TikTok*. Seperti yang dilansir Liputan6.com, istilah *Jamet Kuproy* merupakan sebuah akronim dengan kepanjangan Jamet adalah “Jawa Metal” sedangkan Kuproy memiliki kepanjangan “Kuli Proyek” (Tyasara, 2020). Terminologi *Jamet Kuproy* mulai muncul ke permukaan pada awal tahun 2020 sejak adanya virus Covid-19 mewabah di Indonesia. Dimana saat itu masyarakat sedang gencar menggunakan aplikasi TikTok dalam kesehariannya. Saat itu ada salah satu anak muda asal Madura yang melakukan joget TikTok dengan baju kaos kedodoran, celana jeans ketat, dan gaya rambut *mohawk* ala anak *punk*. Dalam video TikTok tersebut anak muda asal Madura berjoget dengan diiringi lagu-lagu yang di-*remix*. Salah satu lagu yang digunakan adalah lagu asal Minang berjudul “Dindin Badindin.” Masyarakat menilai bahwa secara penampilan metal namun seadanya. Hal tersebut dianggap *cringe*, norak, alay, dan lain sebagainya. Jadi sebenarnya istilah *Jamet Kuproy* dilekatkan khusus pada anak muda yang tampil gaya anak *punk* di tengah masyarakat urban Indonesia saat ini.

Seperti yang ditulis oleh salah satu *blogger* dalam blognya bahwa jamet membuat joget TikTok dengan gerakan dan penampilan yang norak, serta dianggap secara penampilan terlihat sangar tetapi perilakunya lebih mengarah pada perilaku sangat feminim dan lentur dengan goyangan satu porosnya (Philly, 2020). Istilah *Jamet Kuproy* akhirnya berkembang yang selalu dilekatkan dengan seorang laki-laki dengan penampilan yang dinilai *alay* oleh masyarakat. Hal tersebut dapat terlihat pada salah satu portal berita berjudul “Ciri-Ciri Kamu Terinfeksi Gaya Alay

Jamet Kuproy yang Lagi Viral.” Isi berita tersebut menjelaskan beberapa ciri khas seseorang dapat disebut sebagai *Jamet Kuproy* yakni berasal dari daerah Jawa Timur khususnya Madura dengan baju kedodoran, celana pensil ketat yang dipakai turun pinggang dengan rambut lancip ke atas membentuk seperti segitiga dan tidak kalah penting adalah suka joget dengan goyangan yang khas (Febriastuti, 2020). Dapat disimpulkan bahwa terminologi *Jamet Kuproy* selalu dilekatkan pada gaya anak muda dengan penampilan yang dianggap norak atau aneh yang dianggap sebagai pekerja informal yakni kuli proyek atau kuli bangunan. Sehingga peneliti tertarik untuk melihat bagaimana identitas *Jamet Kuproy* pada masyarakat urban di Indonesia.

Jamet Kuproy yang memiliki kekhasan dalam hal *style* dan juga gaya tarian menjadikan mereka memiliki perbedaan dengan masyarakat urban pada umumnya. Hingga akhirnya masyarakat menilai mereka dengan sebutan norak, aneh, atau bahkan *alay*. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya perbedaan budaya yang dibawa oleh *Jamet Kuproy* dengan budaya dominan yang dimiliki oleh masyarakat urban di Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguak bagaimana identitas *Jamet Kuproy* yang menjadi sebuah subkultur di media sosial TikTok.

Istilah *jamet* dengan kepanjangan “Jawa Metal” memang seolah merujuk khusus pada masyarakat Jawa yang diasosiasikan dengan anak metal atau punk. Adanya pelekatan istilah “Kuli Proyek” tersebut juga memiliki makna yang diproduksi oleh masyarakat karena menganggap perilaku anak muda yang muncul di TikTok tersebut perilakunya seperti para kuli proyek atau pekerja bangunan. Kemunculan anak muda dengan gaya metal dan perilaku yang dianggap seperti para kuli proyek mendapatkan berbagai macam respon di masyarakat. Respon tersebut salah satunya adalah berupa penilaian dari masyarakat bahwa anak muda yang berasal dari Pulau Jawa tersebut bekerja sebagai pekerja informal. Seperti yang terdapat pada *vice.com*, bahwa dalam akun-akun TikTok pemuda metal asal Jawa memiliki dandanan, gerak joget, serta latar tempat pembuatan video jogetnya dilakukan di lokasi pembangunan proyek. Seolah dianggap bahwa pemuda asal Madura yang berjoget di depan lokasi proyek tersebut memang bekerja sebagai kuli

proyek itu (Hastanto, 2020). Artinya disini masyarakat menciptakan sebuah terminologi yang cenderung bernilai negative yang dilekatkan kepada anak muda metal yang muncul di TikTok. Terminologi *Jamet Kuproy* ini diproduksi juga melibatkan aspek ekonomi yakni berkaitan dengan status pekerjaan di dalamnya. Dimana dalam istilah *Jamet Kuproy* mengandung isu ekonomi berkenaan dengan masyarakat Jawa. Masyarakat yang ada di ibu kota banyak menyebut orang Jawa merupakan orang-orang yang melakukan perpindahan dari daerahnya ke ibukota untuk mencari kerja namun justru berakhir menjadi pembantu rumah tangga atau hanya sebagai kuli bangunan (Rizka, 2020). Hal ini tentu menunjukkan bahwa terminologi “*Jamet Kuproy*” merujuk pada anak muda metal yang muncul di TikTok sebagai sebuah kelompok baru yang menjadi subkultur di tengah budaya dominan yang dianut oleh masyarakat urban.



Gambar 1. 1 Anak Muda Asal Madura yang disebut Jamet Kuproy

(vice.com, diakses pada 24 Maret 2021)

Jamet Kuproy menjadi sebuah fenomena baru yang muncul di masyarakat. *Jamet Kuproy* menjadi sebuah kelompok baru yang muncul di media sosial TikTok dengan kesamaan gaya serta aktivitas-aktivitas yang dimilikinya. Melalui aktivitas-aktivitas serta gaya hidup yang dimiliki oleh *Jamet Kuproy* mencerminkan

bagaimana aktivitas dan gaya hidup yang mereka lakukan mengarah pada pembentukan subkultur anak muda. Seperti yang disampaikan oleh Shaddiqi (2016) bahwa terdapat fenomena munculnya budaya-budaya anak muda yang memiliki fungsi dasar untuk bersosialisasi. Seperti yang dilakukan oleh *Jamet Kuproy* yang merupakan kelompok anak muda dengan penampilan metal, mereka melakukan aktivitas-aktivitas bersosialisasi di dunia maya. Mereka melakukan aktivitas bersosialisasi di media sosial TikTok. Maka dari aktivitas tersebut dapat terbentuk sebuah subkultur komunitas *virtual*.

Istilah “Jamet” muncul lagi ke publik pada awal tahun 2020 ini. Kemudian berkembang hingga pada awal tahun 2021 terdapat pemuda asal Madura yang berjoget di TikTok dengan memakai baju seragam SMA menggunakan topi sekolah. Pemuda tersebut berjoget dengan diiringi lagu Christina Perri berjudul “*Jar of Heart*” dengan versi *remix*. Masyarakat menyebutnya “Jamet *Jar of Heart*.” Gerak jogetan yang dilakukan juga hampir mirip dengan jogetan pemuda sebelumnya. Namun secara penampilan cenderung berbeda. “Jamet *Jar of Heart*” tidak lagi menggunakan celana pensil, kaos kedodoran, dan gaya rambut lancip seperti segitiga ke atas. Namun masyarakat tetap melekatkan terminologi “Jamet” pada pemuda tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *Jamet* merujuk pada anak muda yang memiliki subkultur metal atau punk yang terlihat dari aliran musik yang disukainya. Selain itu, identitas mereka sebagai *Jamet Kuproy* yang menjadi sebuah subkultur di TikTok tetap melekat pada diri pemuda tersebut. Dikarenakan aliran musik tersebut berbeda dengan aliran musik yang digemari oleh masyarakat pada umumnya. Selain itu, anak muda tersebut memang anak muda yang asalnya adalah dari Pulau Jawa dan Pulau Madura. Hal tersebut dikarenakan memang pertama kali terminologi pernah “Jamet” muncul pada tahun 2000 hingga tahun 2010-an yang ditujukan kepada anak metal yang asli Pulau Jawa. Kemudian kemunculan aksi joget TikTok dengan gaya khas pada awal tahun 2021 yang dilakukan oleh anak muda asal Madura ini membuat terminologi *Jamet Kuproy* kembali muncul ke permukaan. Masyarakat tetap menggunakan terminologi “*Jamet Kuproy*” pada anak muda metal asal Madura yang berjoget dengan gaya khasnya di TikTok yang muncul baru-baru ini.

Terminologi “*Jamet Kuproy*” tentunya merupakan sebuah bentuk teks yang diproduksi oleh masyarakat urban khususnya anak muda. Dimana penciptaan terminologi tersebut tentu merupakan sebuah bentuk produksi dari sebuah budaya yang ada di masyarakat. Artinya untuk memaknai terminologi *Jamet Kuproy* tidak terlepas dari budaya yang berkembang sebagai konteks. Karena memang antara teks yang diproduksi dengan budaya memiliki keterhubungan. Dimana teks merupakan salah satu hal yang diproduksi oleh budaya. Budaya sendiri akhirnya menjadi sebuah konteks bagaimana teks yang diproduksi tersebut dimaknai (Ida, 2014). Sehingga dapat diartikan bahwa penciptaan terminologi “*Jamet Kuproy*” oleh masyarakat urban saat ini khususnya anak muda, tentu memiliki konteks budaya yang melingkupi sehingga membuat terminologi tersebut menjadi *trend* di masyarakat. Artinya masyarakat urban saat ini telah berhasil memproduksi, mensirkulasi, serta mempertukarkan makna-makna tentang terminologi *Jamet Kuproy* tersebut di ruang-ruang publik khususnya internet.

Adanya teknologi internet yang semakin berkembang memang dapat menjadi salah satu sebab timbulnya berbagai kelompok-kelompok baru yang berisi anak muda di internet, salah satunya adalah *Jamet Kuproy*. *Jamet Kuproy* dicap sebagai anak muda metal yang dianggap sebagai pekerja kuli proyek. Mereka mendapat penilaian dari masyarakat yakni *alay*, aneh, dan juga norak (Ashar, 2022). Setiap kali ada anak muda yang berpenampilan apa adanya seperti pekerja kuli proyek, atau orang yang berpenampilan tidak *matching*, *style* rambut tidak masuk akal maka akan disebut sebagai *Jamet Kuproy* (Yusuf, 2020). Sehingga setiap terdapat anak muda yang berpenampilan kurang sesuai dengan *style* yang dimiliki oleh anak muda urban pada umumnya maka akan disebut sebagai *Jamet Kuproy* meskipun anak muda tersebut bukan berasal dari Jawa. Jika melihat akronim dari *Jamet Kuproy* adalah Jawa Metal Kuli Proyek namun terminologi tersebut tidak hanya dilekatkan pada anak muda berasal dari Jawa saja, namun juga dilekatkan pada setiap anak muda yang secara *style* atau gaya tidak sesuai dengan anak muda urban pada umumnya. Maka dapat disebut terdapat kontradiktif pada penggunaan terminologi tersebut dengan identitas yang dirujuk.

Di Indonesia sendiri sebenarnya terminologi *Jamet* telah ada sejak tahun 2000 hingga 2010-an. Pada awalnya sebutan “Jamet” ditujukan kepada kelompok anak muda asal Jawa pecinta musik beraliran punk atau metal. Kecintaannya terhadap aliran musik metal oleh masyarakat dianggap tidak seperti pada umumnya atau aneh (Hastuti, 2020). Namun pada tahun 2020 kemarin mulai mencuat kembali ke permukaan menjadi *trending topic* di Indonesia dengan perubahan makna yang lebih merujuk pada anak muda dengan penampilan metal yang norak, alay, *cringe* menurut masyarakat. Pada konteks Indonesia kelompok anak metal menjadi sebuah kelompok subkultur baru yang ada pada masyarakat. Sebagai sebuah subkultur yang cenderung baru maka tentu membawa nilai budaya baru yang berbeda dengan budaya masyarakat secara umum. Hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap perilaku dan penampilan. Dari penampilan dan perilaku tersebut banyak mendapat stereotipe dari masyarakat Indonesia sendiri. Penampilan, gaya hidup, dan perilaku kebiasaan anak metal atau punk dianggap bertentangan dengan budaya-budaya yang ada di masyarakat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Linda (2020) memang stigma terhadap anak metal atau punk banyak dilakukan oleh masyarakat. Salah satunya stigma terhadap komunitas punk masbeto yakni dianggap sebagai anak brandal dan sampah masyarakat yang membawa dampak negatif. Masyarakat sekitar melakukan penolakan terhadap komunitas masbeto sehingga ingin membubarkan secara paksa komunitas tersebut. Stigma yang diterima tidak hanya sampai pada pembubaran komunitas namun juga stigma verbal dan non-verbal.

Selain itu, seperti yang dipaparkan oleh Prasetyo (2017) dalam penelitiannya yang berjudul *Punk and the city: A history of punk in Bandung*, komunitas Punk memiliki sejarah tersendiri di Bandung. Pada rezim Orde Baru banyak muncul gerakan-gerakan bawah tanah seperti punk, hardcore, metal, dll sebagai bentuk identitas subkultur yang menunjukkan adanya ketidakstabilan antara budaya pemuda dengan pekerja industri jasa, aktivis mahasiswa, masyarakat miskin di perkotaan, serta kaum-kaum intelektual (Prasetyo, 2017). Hal tersebut dikarenakan adanya aktivitas rezim Orde Baru yang berusaha untuk memukul mundur anak muda dari dunia politik. Pada masa itu gerakan punk menjadi salah satu penggerak perlawanan dalam kekuasaan Soeharto. Beberapa kali dalam pertunjukannya juga

menjadi media mengekspresikan sikap anti-Soeharto. Sehingga memang pada masa itu di gerakan punk menjadi gerakan politik bagi anak muda marjinal untuk melawan rezim Orde Baru. Selain itu punk di Bandung juga memberikan sejarah baru mengenai proses kegiatan budaya anak muda, produksi budaya, dan etika, serta juga estetika. Hal tersebut dilakukan dalam produksi zine, artefak, musik, fesyen, serta pemberdayaan komunitas, nilai-nilai sosial, produksi ruang dan pemandangan yang ada di kota. Sehingga dapat dikatakan subkultur punk atau anak muda metal di Indonesia mengalami banyak perkembangan dan transformasi.

Terminologi *Jamet Kuproy* tidak hanya dilekatkan pada anak muda yang memiliki ciri khas *style* yang dianggap norak dan menyukai aliran musik *remix* namun masyarakat juga membuat tren-tren lain yang berkaitan dengan *Jamet Kuproy*. Masyarakat juga mencoba merepresentasikan identitas-identitas budaya yang dibawa oleh Jamet. Pelekatan istilah “Jamet” sering dilakukan kepada orang-orang berpenampilan apa adanya, tidak *matching* yang diupload di media sosial. Bahkan masyarakat juga menggolongkan pemuda laki-laki dengan gaya *typing* yang tidak seperti penulisan kata masyarakat pada umumnya saat *chatting* maka masyarakat melekatkan istilah Jamet sehingga menjadi *typing* Jamet. Akun twitter @moodzypedd mengunggah tweet berupa *thread* berjudul “Tata Cara Typing Jamet”



Gambar 1. 2 Tweet Berupa Thread Tata Cara Typing Jamet Akun @moodzypedd_

(https://twitter.com/moodzypedd_/status/1265286902845857793, diakses pada 25 Maret 2021)

Terminologi *Jamet Kuproy* yang berkembang di masyarakat merupakan istilah yang memang sengaja diciptakan oleh masyarakat yang berawal mula dari TikTok.

Dimana terimonologi tersebut merupakan bentuk teks yang memiliki makna yang ingin diproduksi. Seperti yang dijelaskan oleh Thwaites (2002) dalam Ida (2014) bahwa teks merupakan tanda yang membawa sekaligus memproduksi sebuah makna. Makna yang diproduksi oleh teks terdiri dari beberapa makna. Dimana dari banyaknya makna tersebut akan diinterpretasi oleh pemakna dengan banyak sekali hasil interpretasinya. Setiap tanda dari teks tersebut merujuk pada suatu hal sesuai dengan konteks sosial budaya teks tersebut diciptakan. Dalam konteks terminologi teks *Jamet Kuproy* akan merujuk pada subkultur yang merepresentasikan identitas tersendiri. Sehingga terminologi “Jamet” merupakan bentuk teks yang diproduksi oleh masyarakat yang membawa sekaligus memproduksi banyak makna. Teks *Jamet Kuproy* yang diciptakan oleh masyarakat diproduksi dalam konteks Indonesia merujuk pada anak metal Jawa-Madura yang distereotipe dengan konotasi *alay*. Anak metal yang disebut *alay* tersebut secara penampilan dan perilaku memang berbeda dengan budaya pakem yang ada di masyarakat Indonesia. Secara penampilan menggunakan baju tidak *mathcing* kaos kedodoran, celana pensil terkadang sobek-sobek, dan rambut yang lancip ke atas tentu berbeda dengan gaya penampilan masyarakat pada umumnya dengan gaya baju yang *matching*, model baju dan celana yang enak dipandang, serta rambut yang cepak. Artinya penampilan laki-laki muda tersebut dianggap nyentrik. Sedangkan dalam hal perilaku, *Jamet Kuproy* merujuk pada anak muda laki-laki dengan penampilan khas yang terlihat sangar, rambut *mohawk* namun berjoget yang bagi masyarakat umum sebagai laki-laki apalagi dengan penampilan sangar maka perilakunya juga harus terlihat *macho* tidak berjoget lentur hingga akhirnya dianggap feminim. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti mengenai bagaimana identitas subkultur anak laki-laki metal atau punk yang disebut sebagai *Jamet Kuproy*.

Popularnya terminologi *Jamet Kuproy* yang disebabkan adanya anak muda metal yang melakukan joget adalah bentuk populernya aplikasi TikTok pada saat ini. Pada tahun 2020 hingga 2022 TikTok memang menduduki sebagai aplikasi populer yang mengalahkan *Facebook*. Pada November 2018 jumlah pengguna telah melebihi 150 juta pengguna di 150 negara di dunia. Bahkan hingga kini, 1,5 miliar kali aplikasi TikTok telah diunduh (CNBC, 2020). TikTok telah populer di berbagai

negara di dunia baik negara berkembang maupun negara maju. Seperti di India, Amerika Serikat, Cina, dlsb. Pada Juli 2020 lalu, pengguna TikTok mencapai angka 30,7 juta pengguna di Indonesia. Artinya saat ini TikTok telah digunakan oleh mayoritas masyarakat Indonesia untuk mengekspresikan siapa dirinya. Pengguna TikTok yang ada di seluruh dunia sangat luas cakupannya tidak hanya dari kalangan selebriti dan *influencer*, namun juga digunakan oleh masyarakat kalangan sopir, pedagang kaki lima, ibu-ibu rumah tangga, dan seluruh bagian masyarakat lain. Mayoritas pengguna TikTok merupakan anak muda. Dalam fenomena joget TikTok banyak pengguna yang berusaha mengekspresikan budaya yang dimiliki salah satunya seperti fenomena joget TikTok *Jamet Kuproy* yang dilakukan oleh anak muda metal yang dianggap berperilaku dan berpenampilan seperti kuli proyek.

Sebelum populer pada tahun-tahun ini, TikTok telah mendapatkan perhatian dari masyarakat Indonesia pada tahun 2018. Di tahun 2018 tersebut terdapat salah satu pengguna TikTok dengan sebutan Bowo ‘Alpenllieble’ yang menggunakan aplikasi TikTok namun mendapat hujatan dari sebagian masyarakat Indonesia. Bahkan Bowo memiliki fans yang sampai membentuk sebuah agama dimana Bowo menjadi Tuhannya. Dari situ mulai banyak kontroversi yang muncul pada penggunaan aplikasi TikTok. Masyarakat menilai TikTok penuh dengan konten-konten negatif sehingga membuat masyarakat enggan untuk menggunakannya. Namun pada tahun 2020 hingga saat ini TikTok mendapat perhatian hampir dari seluruh masyarakat di dunia khususnya Indonesia. Saat ini konten yang diunggah di TikTok terdiri dari berbagai macam bentuk mulai dari kuliner, joget, bahkan hingga pemasaran. Pada 2020 lalu TikTok juga menjadi bagian salah satu media sosial dalam rencana Presiden Jokowi mengarahkan Badan Pembina Ideologi Pancasila untuk menyosialisasikan Pancasila (CNN Indonesia, 2020).

TikTok sendiri memang sudah dapat dilihat bagaimana perkembangannya yang cukup pesat. Pembuatan video berupa komedi, joget, *lypsinc*, dll menjadi hal yang sangat tren hari ini. Saat ini TikTok telah menjadi tren budaya di berbagai negara seperti Indonesia, India, Cina. Menurut analisis Saumya Sharma (2019) hal tersebut terjadi karena aplikasi TikTok memberikan pengalaman baru bagi

penggunanya yaitu memberikan wadah bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri yang dibatasi hanya dalam waktu 15 detik. Dapat dilihat saat ini memang beberapa hal yang diupload di TikTok tentu menjadi *trending topic*. Konten-konten yang menjadi *trending topic* terdiri dari berbagai macam mulai dari fesyen, kecantikan, *marketing*, dll. Melalui aplikasi TikTok semua orang dapat disebut sebagai *content creator* yang dapat memproduksi sebuah konten yang dapat diikuti oleh pengguna lain tanpa. Hingga di setiap bulannya akan berkembang tren-tren yang berbeda. Bahkan di TikTok sendiri banyak *challenge* yang hampir semua pengguna anak muda akan menjalankan *challenge* tersebut. Salah satu *challenge* adalah joget TikTok ala *Jamet Kuproy* yang diiringi oleh lagu daerah berjudul “Dindin Badindin” dan *Jar of Heart* yang di-remix. Maka dari itu dalam penelitian ini, peneliti ingin mengeksplorasi identitas *Jamet Kuproy* sebagai subkultur di media sosial TikTok dan juga mengeksplorasi stereotipe *Jamet Kuproy* yang melekat pada anak muda laki-laki metal atau punk etnis Jawa-Madura di TikTok.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan adanya latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang hendak dijawab dalam penelitian ini yakni:

1. Bagaimana representasi identitas *Jamet Kuproy* sebagai subkultur dalam media sosial TikTok?
2. Bagaimana perilaku para *Jamet Kuproy* yang ditampilkan di media sosial TikTok sebagai sebuah subkultur anak muda?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi identitas yang melekat pada *Jamet Kuproy* yang menjadi sebuah subkultur tersendiri di media sosial TikTok. Selain itu penelitian ini juga memiliki tujuan mengeksplorasi perilaku para *Jamet Kuproy* yang ditampilkan melalui media sosial TikTok.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengungkap bagaimana identitas *Jamet Kuproy* sebagai sebuah subkultur anak muda. Dimana hal tersebut dapat

digunakan sebagai bentuk membaca adanya fenomena komunikasi yang berlangsung pada masyarakat Indonesia. Dengan begitu diharapkan mampu menjadi bekal penyikapan terhadap fenomena komunikasi yang sedang berlangsung tersebut dengan penyikapan yang tepat.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai diskursus-diskursus mengenai anak metal atau punk belum pernah ditemukan oleh peneliti. Beberapa akademisi lebih banyak membahas mengenai stigma terhadap anak metal atau punk. Adapun penelitian mengenai subkultur namun tidak berfokus pada anak muda metal. Penelitian tersebut yakni:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Chairunnisa Nur Hartinah (2018) berjudul “Budaya *Fangirling* Boygroup Korea Dalam Dunia Virtual Studi Etnografi Virtual Tentang Fans *Boy Group* Nct di Indonesia Pada Media Sosial Twitter” yang mengeksplorasi aktivitas budaya *fangirling* dari NCTZens Indonesia di media sosial Twitter. Dimana penelitian dilakukan secara *online* tentang sebuah budaya *fangirling* di media sosial Twitter. Hasil dari penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa kebiasaan yang dilakukan oleh para *fansgirl* memiliki keterkaitan satu sama lain. Namun aktivitas yang dilakukan memiliki perbedaan dengan yang mereka lakukan dalam dunia nyata.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Linda (2020) berjudul “Stereotipe Masyarakat Lokal Terhadap Anak Punk (Studi Kasus: Masyarakat Sekitar Komunitas Punk Masberto di Bogor, Jawa Barat)” yang mengungkapkan bahwa terdapat berbagai bentuk stigma yang ditujukan pada anak punk baik stigma verbal maupun stigma non verbal. Stigma verbal dihadirkan dalam bentuk julukan-julukan yang beredar. Sedangkan stigma non verbal biasanya dilakukan dengan tidak melibatkan anak punk dalam kegiatan bermasyarakat bahkan interaksi juga dibatasi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Utama Pra Raka Atmaja (2019) yang berjudul “*Sneaker Culture: Studi Etnografi Terhadap Komunitas Indonesia Sneaker Team Dalam Konstruksi Identitas dan Reproduksi Budaya Urban.*” Penelitian tersebut berusaha mengeksplorasi penggunaan *sneakers* oleh komunitas Indonesia Sneaker Team. Dimana *sneakers* menjadi salah satu alat yang digunakan oleh komunitas tersebut untuk mengkonstruksi identitas dan reproduksi budaya. Sehingga terdapat upaya-upaya *resistant* terhadap budaya dominan yakni budaya pop yang dimiliki oleh masyarakat urban. Maka dari itu, dalam penelitian tersebut dihasilkan kesimpulan bahwa komunitas Indonesia Sneaker Team melabeli diri mereka sebagai sebuah subkultur. Dikarenakan mereka dengan sengaja menciptakan kekhasan atau perbedaan sendiri untuk mengkonstruksi identitas dan membentuk sebuah kultur baru yang disebut sebagai *sneakers culture*.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Didit Setiawan (2012) dalam penelitiannya yang berjudul “Gaya Hidup *Punklung* (Studi Kasus Pada Komunitas *Punklung* di Cicalengka, Bandung). Dalam penelitian tersebut berupaya untuk mendeskripsikan gaya hidup dari komunitas *Punklung* yang ada di Bandung. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan observasi partisipan dan juga wawancara. Hasil penelitian yang didapatkan adalah bahwa gaya hidup *Punklung* dipengaruhi oleh faktor sikap, pengalaman dan pengamatan, motif, dan juga transformasi budaya. Dari penelitian tersebut juga dihasilkan kesimpulan bahwa gaya hidup *Punklung* lebih banyak berkaitan dengan bidang seni musik. Hal tersebut ditunjukkan mulai dari mereka membuat sebuah *group band* di tengah stigma negatif yang diberikan oleh masyarakat terhadap anak punk.
5. Penelitian mengenai subkultur yang dilakukan oleh Puji Laksono, Drajat Tri Kartono, dan Argyo Demartoto (2015) dengan judul penelitian yakni “Subkultur Grunge (Analisis Kritis Tentang Konstruksi Realitas Sosial dan Kesadaran Kritis Musisi *Grunge* di Kota Surabaya).

Penelitian tersebut berupaya untuk memahami bagaimana konstruksi realitas sosial dan kesadaran kritis dari subkultur grunge yang ada pada musisi grunge di Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi yang mencoba untuk menggali objek, makna, pengalaman, dan kesadaran berdasarkan perspektif musisi grunge tersebut. Didapatkan kesimpulan yakni musisi grunge cenderung memilih aliran musik grunge sebagai *genre* yang mereka geluti dikarenakan kurangnya keterampilan dalam bermusik, dan juga pengaruh dari eksternal seperti keluarga dan teman dekat. Musisi tersebut juga mengkonstruksi kebebasan dalam karakteristik aspek musikalitas yang ada pada *genre* grunge.

Peneliti tidak menemukan penelitian yang berfokus pada subkultur *Jamet Kuproy* di media sosial TikTok. Peneliti juga tidak menemukan penelitian yang menggunakan *Jamet Kuproy* sebagai objek penelitian. Hal tersebut dikarenakan *Jamet Kuproy* sebagai sebuah subkultur di media sosial TikTok adalah sebuah fenomena baru di Indonesia. Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini. *Pertama*, dalam hal objek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah *Jamet Kuproy* yang merepresentasikan identitas budaya sebagai subkultur di media sosial TikTok. *Jamet Kuproy* yang merujuk pada anak muda metal di TikTok belum pernah menjadi objek kajian penelitian sebelumnya. Salah satu penelitian yang ditemukan oleh peneliti adalah komunitas anak *punk* dimana secara identitas juga memiliki perbedaan dengan *Jamet Kuproy*.

Perbedaan lain dari penelitian-penelitian sebelumnya adalah dalam penelitian ini berupaya untuk mengeksplorasi identitas dari subkultur *Jamet Kuproy* di media sosial TikTok. Dalam penelitian sebelumnya memang terdapat penelitian yang berkaitan dengan subkultur namun berfokus pada kesadaran kritisnya atau konstruksi identitas yang dimiliki oleh komunitas tertentu. Selain itu, metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis tekstual untuk mengungkap identitas *Jamet Kuproy* yang direpresentasikan di media sosial

TikTok. Dalam penelitian sebelumnya terdapat penggunaan etnografi virtual untuk mengeksplorasi kebiasaan dari budaya *fangirling boy group* Korea. Dalam penelitian kali ini menggunakan metode analisis tekstual, dimana dilakukan interpretasi terhadap teks-teks yang ditampilkan oleh pelaku *Jamet Kuproy* di akun TikToknya untuk dapat mengeksplorasi identitas yang mereka bawa sebagai sebuah subkultur di TikTok.

1.5.2 Metal atau Punk Sebagai Subkultur

Subkultur sendiri secara definisi masih sangat kompleks. *Subculture* didefinisikan oleh 2 tradisi *cultural studies* yang akhirnya menjadi kutub besar yakni oleh Chicago School dan CCCS Birmingham. Menurut Komarovsky dan Sargeni (1949) dalam Wilujeng (2017) dijelaskan bahwa subkultur merupakan sebuah kelompok yang memiliki kebudayaan tertentu namun berbeda dengan kebudayaan populasi atau kehidupan kebudayaan yang lebih besar. Sedangkan Hebdige menjelaskan *subculture* adalah kehidupan budaya yang berusaha untuk menentang kultur induk dari suatu masyarakat. Dimana kultur induk tersebut telah mengalami hegemoni yang cukup kuat (Wilujeng, 2017). Sehingga dapat disimpulkan bahwa subkultur merupakan sebuah bentuk kebudayaan dengan lingkup yang lebih kecil yang berusaha menampilkan hal yang berbeda dengan kebudayaan induk yang telah menghegemoni.

Punk sebagai subkultur masih terus dinegosiasikan di tengah masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Hebdige dalam Cogan (2003), punk sebagai subkultur masih terus diperjuangkan sebagai identitas budaya yang disebarkan di tengah-tengah masyarakat. Punk sendiri merupakan bentuk perlawanan budaya mayoritas dan dominan pada masyarakat. Identitas budaya punk sendiri berusaha untuk membuat kesatuan antara budaya punk dengan budaya dominan. Dapat dikatakan punk sendiri berupaya untuk mensejajarkan identitas budaya yang dibawahnya dengan budaya mayoritas yang ada di masyarakat. Namun selama beberapa tahun berkembangnya punk, dalam mensosialisasikan identitas budayanya kepada masyarakat banyak dilakukan dengan cara-cara yang memaksa diri atau dalam bentuk marginalisasi. Cogan (2003) menyampaikan bila ingin

gerakan punk tetap eksis maka perlu melakukan aksi-aksi yang menggunakan arus utama seperti menggunakan iklan.

Budaya punk sendiri sudah menjadi budaya yang menghegemoni di masyarakat. Terbentuknya hegemoni budaya punk sudah mengalami transformasi dan komodifikasi dari masa ke masa. Terbentuknya hegemoni budaya tersebut juga dibantu oleh industri-industri budaya yang merubah budaya aslinya sebagai bentuk komoditas yang harus dijual kepada konsumennya. Hal tersebut disampaikan oleh Lewin & Williams (2008) dalam tulisannya yang berjudul *The ideology and practice of authenticity in punk subculture* juga menyatakan bahwa adanya perubahan identitas budaya punk menjadi sebuah komoditas dapat merusak identitas budaya punk asli.

Metal atau punk merupakan bentuk subkultur yang masuk ke Indonesia. Subkultur yang sebenarnya berasal dari Inggris ini merupakan gerakan anak muda. Di Inggris sendiri gerakan anak muda ini awalnya diprakarsai oleh anak-anak muda dengan masalah ekonomi yang juga dibarengi dengan masalah moral yang dilakukan oleh elit politik di Inggris. Sehingga menyebabkan peningkatan pengangguran. Sehingga punk merujuk pada seseorang yang memang tidak memiliki pengalaman pekerjaan. Gerakan punk ini merupakan bentuk pemberontakan anak muda terhadap pemerintahan Inggris pada tahun 1970 (Linda, 2020). Sebagai sebuah subkultur tentu punk memiliki ciri khas yang cukup berbeda dengan masyarakat pada umumnya. Baik dalam hal penampilan, minat, serta kegiatan atau aktivitas.

Dalam tulisan Lewis dan Williams (2008), ia menemukan bahwa punk sendiri bukanlah sebuah gerakan yang bergerak dalam hal resistensi politik namun lebih merujuk pada bentuk kebebasan berekspresi yang dilakukan oleh anak-anak punk. Sebagai manusia yang memiliki kebebasan berekspresi salah satunya dilakukan dalam gerakan-gerakan punk. Terdapat tiga prinsip ideologi yang sebenarnya diusung oleh punk yakni *rejection*, *reflexivity*, dan *self-realization*. Prinsip *rejection* dibawa oleh punk sebenarnya bukan bentuk penolakan terhadap budaya-budaya yang menjadi budaya dominan di masyarakat. Namun berusaha untuk menolak tekanan-tekanan, penolakan serta resistensi dari masyarakat

mengenai kehidupan mereka. Artinya punk sendiri pada dasarnya adalah ingin menjalankan hidup sesuai dengan apa yang mereka inginkan bukan berdasarkan bagaimana penilaian serta pandangan orang lain. Kemudian mengenai prinsip ideologi *reflexivity* adalah berkaitan dengan bentuk komitmen mereka terhadap prinsip *rejection* yang berusaha menolak pengaruh atau tekanan-tekanan sosial yang mereka dapatkan dengan cara menjalankan sistem-sistem nilai atau kepercayaan subjektif yang mereka jalankan dalam praktik kehidupan sehari-hari. Sedangkan prinsip *self-actualization* yang terlihat dari bagaimana mereka menjalankan nilai dan kepercayaan yang mereka sendiri daripada menjalankan subkultur yang mereka ikuti.

Dalam konteks Indonesia sendiri punk merupakan sebuah subkultur baru yang masuk. Di Indonesia sendiri, Punk merujuk pada anak-anak muda dengan genre musik metal. Selain genre musik metal, punk di Indonesia juga berkembang dilihat dalam hal gaya penampilannya mulai dari gaya rambut dan fashion. Gaya rambut anak punk yang berkembang di Indonesia adalah dengan rambut *mohawk* serta baju berwarna hitam dan celana robek-robek. Mayoritas disertai dengan tattoo yang ada di tubuh serta tindik (*piercing*). Komunitas Punk banyak berkembang di kota-kota besar Indonesia yakni Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Malang, Bandung, dlsb. Dimana mayoritas berada pada Kepulauan Jawa. Saat masuk ke Indonesia, punk terbagi ke dalam 4 aspek yakni komunitas, pergerakan, *fashion*, dan musik (Yunata, 2019). Secara kronologis adanya era ora-Punk di Indonesia adalah pada tahun 80-an. Pada tahun tersebut sudah terbentuk generasi awal mengenai musik metal yang akhirnya mendirikan sebuah komunitas punk. Terbentuknya komunitas punk tersebut mulai melakukan penyebaran nilai-nilai dan budaya mereka dengan media musik dan penampilan atau fesyen. Sehingga darisitu mulailah komunitas-komunitas punk menyebar di berbagai daerah di Indonesia. Punk di Indonesia tidak murni seperti yang ada di Amerika. Dalam konteks Indonesia punk hanya menirukan aliran-aliran musik dan fesyen saja tidak membawa ideologi perlawanan terhadap sistem pemerintah (Kumparan, 2017).

Namun seiring berjalannya waktu, *punk* tidak mendapatkan sambutan baik bagi masyarakat Indonesia khususnya masyarakat urban. Baik dalam hal aliran musik maupun fesyen yang digunakan oleh anak *punk* mendapatkan stigma negatif dari masyarakat khususnya masyarakat urban yang baik secara fesyen maupun aliran musik memiliki kecenderungan yang berbeda. Adanya perbedaan kecenderungan tersebutlah akhirnya masyarakat menganggap anak *punk* saat ini dengan sebutan aneh, nyentrik, dlsb. Seperti yang ditujukan kepada anak Madura dengan fesyen metal dan lagu yang digunakan untuk berjoget adalah lagu remix, mereka menganggap norak, alay. Namun bagi anak metal Maduranya sendiri justru hal tersebut adalah bentuk *style* yang memang ciri khasnya mereka sendiri. Disitu mereka berusaha untuk menampilkan anak metal khas Indonesia yang tidak meniru gaya orang luar. Sehingga bagi mereka hal tersebut merupakan bentuk ciri khas tersendiri.

Dalam konteks subkultur *Jamet Kuproy* yang berkembang di TikTok maka artinya subkultur yang terbentuk adalah subkultur yang berada di dunia virtual. Dikarenakan TikTok merupakan sebuah entitas virtual atau *online* maka subkultur yang terbentuk memiliki sedikit perbedaan dengan subkultur dalam dunia nyata. Selama ini subkultur didefinisikan sebagai sebuah kebudayaan yang menyimpang dari nilai-nilai kebudayaan dominan (Shaddiqi, 2016). Maka subkultur yang terbentuk di dunia maya merupakan sebuah kebudayaan yang menyimpang baik dari nilai-nilai kebudayaan dominan yang ada pada dunia maya maupun di dunia nyata.

1.5.3 Subkultur Metal dan Kaum Pekerja

Kemunculan anak metal erat kaitannya dengan kaum pekerja. Dikarenakan aliran-aliran musik yang dibawa oleh anak metal yang pada awalnya lahir di Eropa terbentuk atas dasar adanya kemarahan dan penuntutan yang dilakukan oleh kaum pekerja pabrik. Sehingga lirik yang dibawa adalah mengenai kemarahan yang dimiliki kaum pekerja tersebut. Hal tersebut bermula pada akhir tahun 1960-an dan awal 1970-an yang sedang terjadi ledakan ekonomi di Inggris setelah perang dunia mulai berakhir. Adanya penurunan ekonomi tersebut terus berjalan hingga pada tahun 1980 yang banyak sekali terjadi pengangguran, pemogokan buruh, inflasi, dan

sebagainya. Pemuda sebagai kaum pekerja kala itu memiliki pilihan yang sangat terbatas. Dari situlah para pemuda tersebut yang akan menjadi calon-calon pionir pencipta genre musik metal yang terkenal hingga saat ini (Efendi, 2020).

Subkultur metal yang muncul di Inggris kala itu mempengaruhi gaya hidup yang mereka miliki. Selain mempengaruhi gaya hidup juga mempengaruhi fashion dan juga musik yang digemari dan dikembangkan. Subkultur anak muda metal kala itu juga terbagi menjadi dua yakni Mods dan Rockers. Mods berkembang di selatan Inggris yang identik dengan pakaian modis, motor vespa, serta musik yang disukai adalah musik beat, soul, dan ska. Sedangkan Rockers identik dengan celana jeans, jaket kulit, dan sepatu boot. Musik yang digemari oleh subkultur Rockers adalah musik rock n roll dan motor yang dipilih adalah motor laki. Kedua subkultur tersebut berasal dari latar belakang yang sama yakni kaum pekerja. Dikarenakan kaum pekerja memang erat kaitannya dengan munculnya gaya hidup (Setyawan, 2020).

Munculnya subkultur metal dalam konteks Eropa berkaitan erat dengan konteks ekonomi di sana. Dikarenakan yang menjadi pionir adanya subkultur metal adalah para pemuda yang bekerja sebagai buruh pabrik. Maka dari situ akan memunculkan gaya hidup yang khas mereka bawa sendiri. Gaya hidup tersebut dapat meliputi aktivitas, kebiasaan, dan juga mengenai sikap sekaligus minat mereka terhadap sesuatu.

Subkultur yang dimiliki oleh sebuah kelompok tertentu maka akan diekspresikan melalui gaya dan juga simbol-simbol tertentu. Dimana melalui subkultur tersebut juga menjadi sebuah upaya untuk membentuk identitas yang didalamnya memberikan otonomi dalam tatanan sosial masyarakat, khususnya masyarakat urban yang semakin kaku dan kabur. Munculnya sebuah subkultur yang merupakan sebuah kebudayaan yang berbeda dengan budaya dominan merupakan bentuk reaksi dari kelompok tertentu terhadap adanya problem kelas. Seperti yang dilakukan oleh *Chicago School* yang mengidentifikasi bahwa sebuah subkultur merupakan bentuk reaksi kelompok bukan reaksi individual (Shaddiqi, 2016). Dalam konteks anak muda yang memutuskan untuk memiliki gaya hidup sebagai anak metal, tentu muncul karena adanya dorongan dari fenomena yang ada di sekitar

diri mereka. Kemudian mereka memunculkan reaksi secara kolektif untuk merespon fenomena yang terjadi di sekitarnya tersebut.

Adanya subkultur dapat muncul karena adanya perbedaan usia, perbedaan kelas sosial, gender, religi, politik, etnisitas, ras, dan juga kombinasi dari faktor-faktor yang ada tersebut. Seperti subkultur metal yang ada di Eropa muncul karena perbedaan kelas sosial ekonomi karena adanya penurunan kondisi ekonomi. Dimana skenario yang diajukan dalam subkultur yang berlatar belakang kaum pekerja bisa berupa (Chris, 2005):

1. Usaha para pemuda kelas pekerja untuk menetapkan nilai-nilai berupa nilai kesuksesan, nilai kekayaan, dan nilai kekuasaan. Selain itu juga penetapan nilai hedonisme dan hiburan melalui sebuah jalur alternatif yang disepakati bersama, namun selama ini terhambat oleh struktur kelas.
2. Bentuk penolakan dari inversi nilai-nilai kerja, nilai-nilai kesuksesan dan uang yang ada pada kelas menengah. Dimana hal tersebut ditetapkan oleh orang-orang yang secara usia tergolong muda dari kelas pekerja. Hal itu dilakukan untuk mengatasi berbagai kecacatan dalam konteks yang ada.
3. Bentuk penetapan dan penekanan pada nilai-nilai bawah tanah yang dilakukan oleh kelas pekerja, terutama berkenaan dengan nilai-nilai waktu luang yang selama ini merupakan bentuk penyimpangan dari perspektif pengendali kelas sosial menengah.

Adanya sebuah subkultur yang dilatarbelakangi dari kaum pekerja jika dipahami lebih jauh sebenarnya terjadi karena adanya ketidakberimbangan antara kelas pekerja dewasa (*parent working class*) dengan kaum muda anak-anak beserta kelas yang berkuasa mengatur (*rulling class*). Sehingga dengan begitu terbentuklah sebuah budaya dominan. Adanya ketidakberimbangan yang merupakan bentuk keadaan tidak adil dapat direspon oleh pemuda dengan lebih progresif. Sehingga muncullah subkultur dengan bentuk ritualitas simbolik yang mereka miliki masing-masing.

1.5.4 Anak Muda Urban dan Gaya Hidup

Dalam konteks hari ini masyarakat urban merupakan salah satu bentuk era modern. Dimana definisi masyarakat urban banyak merujuk pada masyarakat perkotaan dengan perkembangan arus teknologi yang cukup deras. Menurut Webster bahwa urban merupakan bentuk hubungan salah satunya adalah hubungan antara perkotaan dengan daerah lain yang juga akan berpengaruh terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan (Linda, 2020). Bagi masyarakat urban fashion adalah hal yang penting bagi mereka. Fashion menjadi sebuah gaya hidup tersendiri. Jika melihat perkembangan fesyen masyarakat urban saat ini banyak yang meninggikan aspek estetika. Bentuk-bentuknya adalah mencocokkan warna baju dengan celana, menyesuaikan tema pakaian dengan tempat yang dikunjungi. Selain dalam hal fesyen juga dalam hal aliran musik. Saat ini masyarakat urban sedang menggandrungi aliran musik *indie*, *pop*, *jazz*, yang dapat dilihat bagaimana grup band musik yang berkembang saat ini lebih banyak beraliran *pop*, *jazz*, dll. Jarang sekali grup band musik yang memiliki aliran metal seperti pada tahun 1990-an.

Mengenai gaya hidup sendiri secara definisi dapat diartikan sebagai bagian dari identitas sebuah kelompok (Kresdianto, 2014). Karena adanya perubahan gaya hidup seseorang juga akan mempengaruhi berbagai aspek lain yakni seperti sosial, budaya, politik, dan juga ekonomi. Menurut Kotler dan Armstrong gaya hidup merupakan sebuah pola bagaimana seseorang dalam menjalani kehidupannya baik dalam kegiatan, minat, maupun sikap terhadap sesuatu (Kresdianto, 2014). Sehingga gaya hidup merupakan sebuah gambaran pola bagaimana seseorang dalam menjalani hidupnya mulai bagaimana fashion, kegiatan, serta kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan. Dalam konteks masyarakat urban di Indonesia saat ini baik fesyen, gaya, kegiatan atau aktivitas yang dilakukan menekankan pada prinsip mengikuti tren. Dimana tren tersebut dapat berasal dari masyarakat luar negeri maupun yang berkembang di Indonesia sendiri. Mengingat saat ini arus globalisasi sangat deras sehingga terjadinya pertukaran budaya dan tren adalah menjadi hal yang dapat disebut sebagai sebuah keniscayaan.

Dalam konteks masyarakat urban sendiri gaya hidup sudah mengarah pada modernisasi baik dalam hal trend *fashion*, kegiatan/aktivitasnya, menggunakan waktu dan uangnya tentu akan diarahkan dengan hal yang berkaitan dengan bentuk modern. Salah satunya adalah penggunaan internet seperti media sosial sebagai ruang-ruang tempat berekspresi anak muda. TikTok adalah media sosial yang paling sering difungsikan. Hingga Juli 2020 pengguna TikTok mencapai 30,7 juta pengguna (Pebrianto, 2021). Setelah TikTok, Twitter memiliki pengguna yang semakin meningkat setiap tahunnya (Dahono, 2021). Artinya dalam hal aktivitas, masyarakat urban terutama anak muda banyak menghabiskan waktunya untuk menggunakan media sosial. Dalam hal *fashion* tentu memiliki pola yang berbeda, maka dari itu jika ada penggunaan *fashion* yang berbeda dengan masyarakat urban terutama anak muda pada umumnya maka akan dianggap aneh, norak, dll. Adanya perbedaan kebiasaan baik dalam fesyen, aliran musik, dan bentuk gaya hidup lain tentu akan menjadi sebuah hal yang diperbincangkan di internet khususnya media sosial.

1.5.5 TikTok Culture

Popularnya aplikasi TikTok merupakan salah satu bentuk dampak pandemi Covid-19. Adanya kebijakan yang menyuruh seluruh masyarakat di dunia harus di rumah saja meningkatkan penggunaan media sosial salah satunya TikTok. Hampir seluruh pengguna internet terutama anak muda memiliki status sebagai pengguna TikTok. Sehingga dapat disebut TikTok menjadi situs budaya bagi anak muda. Bagaimana ruang, gaya hidup, ritual, bahkan ikonografi yang terjadi di anak muda dalam dilihat dalam tren-tren yang berkembang di TikTok beberapa tahun terakhir ini (Kennedy, 2020). Sebagian besar pengguna TikTok adalah anak muda berusia di bawah 20 tahun, kemudian diikuti usia 16-24 tahun. Kehadiran TikTok di masa pandemi covid-19 seolah membawa angin segar bagi masyarakat dunia. Di tengah kebosanan di rumah saja, TikTok menyediakan video-video lucu orang sedang berjoget di kamar tidur, dll yang dapat menjadi obat jenuh bagi masyarakat. Melanie Kennedy (2020) dalam tulisannya berjudul “*If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the internet right now': TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis*” mengatakan bahwa hal

tersebut dapat dilihat sebagai ‘budaya kamar tidur’ anak perempuan. Mengingat banyaknya video berjoget di kamar tidur yang dulunya menjadi sebuah ruang privasi namun hari ini dapat dilihat oleh publik. Melalui TikTok pula pengguna dapat melakukan hal-hal yang konyol tetapi tanpa ada perasaan malu karena memang hal tersebut dilakukan oleh banyak orang. Serta semua orang yang mengunggah kontennya di TikTok dapat berpotensi menjadi viral.

TikTok telah menjadi situs budaya bagi anak muda saat ini. TikTok menjadi media bagi anak muda untuk mengekspresikan dirinya dalam berbagai bentuk konten yang ia sukai. Konten-konten yang ada di TikTok terdiri dari berbagai macam bentuk mulai dari komedi, menari atau berjoget, bernyanyi, *lypsinc*, *make up*, dll. Jika suka berjoget atau menari maka dapat membuat konten diri sedang berjoget, dan lain sebagainya. Hal tersebut juga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Maka dari itu jika kita melihat terdapat orang-orang yang sedang berjoget atau menari di tempat umum adalah menjadi hal yang biasa dan kita langsung memahami bahwa orang tersebut pasti sedang membuat konten di TikTok.

Saumya Sharma (2019) dalam tulisannya mengatakan bahwa tren-tren yang berkembang di TikTok adalah bentuk respons subjektif seseorang terhadap tren konten dari pengguna lain yang sedang dilihatnya. Tren konten tersebut dapat berupa lagu baru yang asik untuk dibuat menari atau berjoget, *challenge*, atau konten komedi. Dari situ individu akan merespon hingga melakukan aksi meniru. Namun dalam menirunya ingin menjadi lebih unik. Artinya dalam hal tersebut juga menunjukkan bahwa pengguna TikTok sebenarnya ingin menunjukkan apa yang secara tidak langsung dituntut oleh masyarakat. Pengguna TikTok melakukan tuntutan tersebut dengan cara yang paling mereka sukai. Prinsipnya adalah mereka melakukan ekspresi dengan bebas sesuai keinginan mereka. Jika dilihat lebih jauh lagi dapat dilihat bahwa mengikuti tren-tren dan diunggah di TikTok adalah bentuk pemenuhan validasi sosial.

Berbeda dengan yang ada di negara-negara lain, TikTok disebut dengan sebutan Douyin di negara China. Maksudnya Douyin adalah aplikasi TikTok versi China. Namun keduanya memiliki perbedaan budaya. Seperti yang ditemukan oleh

Sun, Zhang, Zhang, & Luo (2020) dalam penelitiannya berjudul “*Content-based Analysis of the Cultural Differences between TikTok and Douyin*” di TikTok lebih banyak pengguna dengan gaya hidup yang lebih dinamis dan lebih dari kata sederhana. Dalam video-video TikTok lebih banyak video yang perekamannya dilakukan di luar ruangan bersama-sama dengan teman atau bahkan orang asing. Aktivitas-aktivitas yang menjadi konten video juga berbeda. Di TikTok sendiri aktivitas seperti olahraga, berbelanja, menari atau berjoget lebih banyak diunggah daripada Douyin yang hanya pada aktivitas-aktivitas lebih santai.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan tipe kualitatif-eksploratif. Menurut Strauss dan Corbin (2007) dalam Nugrahani (2014) penelitian kualitatif adalah penelitian yang hendak mengungkap kehidupan masyarakat mulai bagaimana masyarakat bertingkah laku, hubungan kekerabatan, gerakan-gerakan sosial yang dilakukan. Sehingga melalui penelitian kualitatif ini berusaha untuk memperoleh pemahaman mengenai bagaimana fenomena yang sedang terjadi di masyarakat. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk memahami identitas “*Jamet Kuproy*” yang dilekatkan pada anak mudal metal asal Jawa. Penelitian dilakukan dengan cara mengeksplorasi identitas *Jamet Kuproy* di ruang publik salah satunya media sosial TikTok. Tipe eksploratif dipilih oleh peneliti dikarenakan memang ingin mengupas tentang apa, siapa, dan bagaimana *Jamet Kuproy* digunakan atau dirujuk. Artinya dalam penelitian ini akan mengeksplor seperti apa identitas anak muda metal *Jamet Kuproy* itu serta bagaimana sifat-sifat anak metal dalam konteks Indonesia yang dilekatkan dengan sebutan *Jamet Kuproy* tersebut.

1.6.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode analisis tekstual. Dimana menurut Ida (2014) bahwa analisis tekstual merupakan sebuah metodologi yang berusaha untuk memahami makna, ideologi, atau nilai-nilai yang terkandung di dalam sebuah teks yang diproduksi. Peneliti memilih metode ini dalam penelitian

kali ini dengan tujuan memahami simpulan dari sebuah teks-teks terkait penggunaan terminology “*Jamet Kuproy*.” McKee (2001) menjelaskan bahwa analisis tekstual yang dilakukan pada sebuah teks adalah bentuk bagaimana peneliti melakukan interpretasi dari teks-teks yang ada. Interpretasi tersebut adalah proses saat melakukan kegiatan *encoding* dan juga *decoding* (Putranama, 2009). Sejalan dengan yang disampaikan oleh Ida (2011) bahwa metode analisis tekstual digunakan untuk memahami makna-makna yang ada dibalik sebuah teks yang ada di media.

Teks yang dimaksud bukanlah teks-teks yang tertulis saja namun juga dapat berupa foto, gambar, video, dan hal lain yang dapat menghasilkan sebuah makna (Ida, 2014). Prinsipnya teks merupakan realitas yang ditemui dalam kehidupan sehari-hari dimana didalamnya mengandung sekaligus menghasilkan sebuah makna tertentu. Teks sendiri merupakan bentuk penggabungan antara beberapa tanda atau *signs* (Thwaites et al, 2002 dalam Ida, 2014). Dimana tanda tersebut merupakan semua realitas yang mengandung sebuah makna. Ida (2014) juga menjelaskan bahwa makna yang dibawa sekaligus diproduksi oleh sebuah teks tidak hanya terdiri dari satu makna saja setiap tandanya namun menghasilkan beberapa interpretasi didalamnya. Interpretasi tersebut tidak menyangkut aspek benar dan salah namun interpretasi tersebut haruslah interpretasi yang dapat memberikan hasil yang meyakinkan dari argument-argumen yang kita bangun dalam penelitian tersebut.

Secara tujuan metode analisis tekstual terbagi menjadi beberapa jenis yakni *to explore*, *to unpack*, *to deconstruct*, dan terakhir *to understand* (Ida, 2014). *To explore* dilakukan dengan tujuan untuk mengupas lebih dalam sebuah teks yang ada, *to unpack* dilakukan dengan tujuan untuk mendalami makna-makna tersembunyi dari sebuah teks, sedangkan *to deconstruct* adalah ingin menguak konsep, nilai, atau ideologi, budaya yang dibawa dalam sebuah teks. Kemudian *to understand* adalah bertujuan untuk memahami sebuah kultur, budaya, mitos, serta kepentingan-kepentingan lain yang ada dalam sebuah teks.

Dalam penelitian kali ini peneliti memilih menggunakan metode analisis tekstual dalam mengeksplorasi identitas *Jamet Kuproy* sebagai sebuah subkultur di TikTok. Dikarenakan melalui metode analisis tekstual maka peneliti dapat

mengeksplorasi identitas subkultur *Jamet Kuproy* dengan cukup. Mengeksplorasi identitas para *Jamet Kuproy* dilakukan dengan mengamati teks-teks yang mereka tampilkan di media sosial TikTok yakni berupa video, foto, dan juga teks-teks lain berupa *caption*. Melalui video yang mereka tampilkan dapat terlihat bagaimana gaya hidup yang mereka lakukan, fesyen yang mereka gunakan, serta aliran musik yang mereka gemari. Sehingga dengan begitu maka dapat diinterpretasi mengenai identitas diri mereka melalui apa yang mereka tampilkan tersebut.

1.6.3 Unit Analisis

Unit analisis yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah visual penggambaran video yang ada di TikTok yang menggambarkan penampilan dan perilaku anak muda yang disebut sebagai “*Jamet Kuproy*.” Video TikTok yang akan menjadi fokus unit analisis dalam penelitian ini adalah akun *Jamet Kuproy*.

Selain itu peneliti juga meneliti komentar-komentar yang ada di video tersebut. Dalam video-video tersebut unit analisis yang akan digunakan oleh peneliti adalah bagaimana gaya *Jamet Kuproy* mulai dari fesyen, aliran musik, serta perilaku yang dilakukan oleh *Jamet Kuproy*.

1.6.4 Subjek Penelitian

Subjek utama yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah akun TikTok dari pelaku subkultur *Jamet Kuproy*. Peneliti memilih menggunakan akun pelaku *Jamet Kuproy* yang aktif menampilkan dan mengekspresikan dirinya di TikTok yakni @boger_bocor93meledak_bum dan @togelmeletusbumm. Video TikTok yang menjadi subjek penelitian adalah video yang mereka unggah sejak awal kemunculan mereka pada tahun 2020 hingga tahun 2022. Dengan begitu maka akan dapat dieksplorasi identitas dari *Jamet Kuproy* sebagai sebuah subkultur di TikTok. Dimana identitas tersebut direpresentasikan melalui unggahan-unggahan video TikTok mereka.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini yakni:

1. Dokumentasi

Dalam mengumpulkan data dengan teknik dokumentasi yakni peneliti mengamati secara langsung video yang ada di TikTok yang dari akun *Jamet Kuproy*. Selain itu juga akan mengamati teks-teks di media sosial berupa komentar-komentar yang ada pada akun TikTok *Jamet Kuproy*.

2. Studi Literatur

Selain menggunakan teknik observasi peneliti juga menggunakan teknik studi literatur untuk mempelajari buku atau dokumen-dokumen terkait yang memiliki hubungan sebagai data tambahan konteks atau bahan dalam penelitian ini.

1.6.6 Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini nantinya akan menggunakan teknik analisis data analisis tekstual kualitatif. Peneliti akan melakukan analisis data dengan analisis tekstual yang mengambil dari analisis tekstual McKee. Dimana menurut McKee dalam melakukan analisis tekstual adalah dengan menginterpretasi teks-teks yang menjadi objek penelitian. Interpretasi tersebut tidak harus bernilai benar namun dapat dipercaya (Ida, 2014). Tahapan analisis tekstual yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mereduksi data. Setelah melakukan pengumpulan data maka data-data tersebut direduksi untuk menyeleksi adanya data-data yang kembar. Sehingga data yang kembar dapat dihilangkan salah satu
2. Menyajikan data yang didapatkan. Dalam penelitian ini nantinya data disajikan berupa tangkapan layar mengenai video-video unggahan *Jamet Kuproy* di TikTok.
3. Mengkategorisasikan data. Nantinya data-data tersebut akan dikategorisasikan berdasarkan makna dari objek yang diteliti yakni bentuk-bentuk stereotipe dari komentar-komentar yang ada. Selain itu peneliti juga mengelompokkan berdasarkan aspek-aspek tertentu. Seperti

aspek gaya hidup, kebiasaan, minat atau kesenangan, dan lain-lain yang prinsipnya merepresentasikan identitas *Jamet Kuproy* sebagai subkultur di media sosial TikTok.

4. Menginterpretasi data. Data yang telah dikategorisasikan akan diinterpretasi dengan mengelaborasi dengan konteks-konteks sosial, budaya masyarakat yang sedang berkembang, serta komentar atau tanggapan masyarakat yang melingkupi terminologi “*Jamet Kuproy*” baik disekitar peneliti maupun yang ada di internet.
5. Menarik kesimpulan. Setelah melakukan interpretasi data, maka peneliti melakukan penarikan kesimpulan atas interpretasi yang dilakukan mengenai identitas “*Jamet Kuproy*” dan penggunaan istilahnya baik siapa yang menggunakan, digunakan dalam konteks apa, siapa yang dirujuk sebagai terminologi *Jamet Kuproy*, serta dimana terminologi tersebut digunakan. Selain itu juga menarik kesimpulan mengenai respon masyarakat mengenai *Jamet Kuproy*