

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini akan membahas mengenai identitas musisi *indie* di Surabaya yang menyebarluaskan karya mereka lewat video musik. Seperti kita tahu bahwa industri musik di Indonesia telah menjadi industri yang diminati oleh banyak insan kreatif karena dianggap bisa menjadi salah satu sarana mencari keuntungan dan mengaktualisasi diri. Permasalahan yang menjadi pokok penelitian ini adalah ketika tidak semua musisi bisa mendapatkan kesempatan yang sama untuk bisa unjuk gigi di media. Musik-musik beraliran *mainstream*, seperti pop atau band dengan label mayor lebih sering disajikan oleh media karena dianggap bisa diterima oleh semua lapisan masyarakat. Musisi *indie* hadir di tengah-tengah masyarakat dengan membawakan lagu dengan ciri khas dan warna dari masing-masing musisi (Kim, 2019). Peneliti kemudian melihat fenomena musisi *indie* atau *independent* di Surabaya yang kian hari kian gencar menunjukkan taringnya lewat berbagai karya, termasuk video musik. Dalam konteks ini, musisi *indie* hadir sebagai oposisi dari musik *mainstream* dan berusaha mempertahankan eksistensinya dengan cara mereka sendiri. Penelitian ini juga akan memfokuskan kepada identitas-identitas yang ditunjukkan oleh musisi *indie* Surabaya lewat video musik. Peneliti akan mengidentifikasi identitas subkultur pada video musik milik Band Radlads yang berjudul ‘*A Better Bitter Guy*’ dan ‘*No Escape*’. Alasan peneliti memilih kedua video musik tersebut adalah karena band Radlads asal Surabaya ini memproduksi kedua video musik dengan *budget* rendah dan visual yang sederhana, namun tetap mengupayakan agar identitas setiap personil dapat terlihat melalui video musik. Selain itu juga, video musik ‘*A Better Bitter Guy*’ dan ‘*No Escape*’ merupakan dua video musik yang paling populer jika dibandingkan dengan rilisan video musik Radlads lainnya, yaitu dengan jumlah *views* 10K dan 9.6K. *Dalam* mengidentifikasi

identitas yang diartikulasikan, peneliti menggunakan metode analisis tekstual dari perspektif Alan McKee (2003).

Radlads telah hadir sejak tahun 2016 dan bertahan sampai sekarang. Hal ini menjadi salah satu alasan peneliti mengambil Radlads sebagai objek penelitian ini karena Radlads dengan segala latar belakangnya mampu bertahan hingga 6 tahun. Selama 6 tahun tersebut, Radlads telah merilis 6 *singles* dan 1 *EP*. Tidak hanya dalam format audio, Radlads juga memproduksi sejumlah video musik yang mereka produksi sendiri. Peneliti melihat hal ini sebagai salah satu bukti bahwa Radlads terus memproduksi karya dan mendapatkan dukungan dari orang-orang di sekitarnya. Dari hasil karya-karyanya, Radlads juga dipercaya untuk mengisi salah satu mata acara di RRI serta berhasil mendapatkan kesempatan untuk *direview* oleh Summerlane, band *indie* asal Jakarta yang sudah cukup dikenal oleh masyarakat. Peneliti melihat bahwa lewat keunikan dan ciri khas Radlads, hasil karya Radlads dapat diapresiasi dan dianggap keberadaannya, tidak hanya oleh kalangan sendiri, namun juga telah diakui oleh musisi *indie* yang sudah lebih lama terjun ke dunia musik.

Musik seperti tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, bahkan dalam kesehariannya manusia bisa menjadikan musik sebagai sarana hiburan, lewat mendengarkan musik di radio, CD, kaset, atau media lainnya (Santrock, 1996). Media-media *mainstream* seperti stasiun TV Nasional cenderung menayangkan acara musik yang itu-itu saja, masyarakat pun tidak punya pilihan lain. Musisi-musisi juga lebih diarahkan untuk sesuatu yang lebih komersil dan menguntungkan. Seperti tidak peduli bagaimanapun karyanya, asal menjual, musik bisa masuk ke televisi. Label musik major juga akan menilai musik seperti apa yang disukai masyarakat sehingga bisnisnya dapat terselamatkan dan di sisi lain media pun akan mengakomodir kebutuhan tersebut (Haristya, 2012). Isu-isu yang dibahas dari lirik-liriknya pun tidak boleh mengandung sesuatu yang sensitif seperti agama, feminisme, dan isu lainnya yang sebenarnya berkaitan erat dengan realitas yang sebenarnya terjadi. Tidak heran jika musik yang kita dengarkan lewat media *mainstream* hanya seputar

remaja yang putus cinta. Hal ini menjadi salah satu penyebab *indie* lahir, sebagai bentuk ketidak puasan musisi terhadap label mayor yang mengutamakan penjualan sehingga musik-musik populer memiliki karakteristik yang seragam (Mitasari, 2016).

“Perlawanan terhadap standarisasi musik industrial yang lebih berlikir romantic, dan tidak kritis terhadap realitas sosial serta mengedepankan nada yang teramat melo dan seudah terlanjur mnejadi trend budaya pop bagi kaum muda. Kebisingan music dan kekerasan praktik dalam memainkan musik atau menonton pertunjukan merupakan atribut dan ritual yang menandakan resistensi tersebut.” (Setiawan, 2015)

Secara umum, *mainstream* diartikan sebagai arus utama, keadaan dimana musisi telah berada di bawah label-label mayor dan kemapanan industri musik. (Tantagode, 2008) Hasil karya musisi-musisi *mainstream* telah merajarela di media *mainstream* karena dipromosikan secara meluas secara nasional, bahkan internasional. Hal ini menyebabkan band-band *mainstream* menjadi familiar dan populer di kalangan masyarakat umum.

Ketika ada suatu budaya populer di suatu masyarakat, tentunya disitu juga akan muncul aliran alternatif. Budaya populer dapat mendorong munculnya budaya lain untuk melawan budaya normatif yang ada. Hasrat untuk bebas berekspresi dengan caranya masing-masing akan membentuk identitas subkultur di tengah-tengah budaya *mainstream*. (Setiawan, 2015) Budaya dominan pula akan melahirkan bentuk oposisi yang kemudian berkembang sehingga bisa dikonsumsi oleh khalayak. Budaya sebagai bentuk oposisi akan berkembang dari waktu ke waktu sesuai dengan kebutuhan masyarakatnya, lalu kemudian diartikulasikan kembali berdasarkan karakter masing-masing. (Sugihartati, 2017) Disinilah muncul musisi-musisi yang bergerak secara *indie* atau *independent*. *Indie* bukan merupakan aliran atau *genre* musik, melainkan cara alternatif untuk mengekspresikan pikiran mereka melalui lagu. Adanya media massa yang menayangkan budaya populer membuat dunia, khususnya dunia musik seperti dikotak-kotakkan. Jalur *indie* lahir untuk meruntuhkan kotak-kotak ini dan mewujudkan musik-musik dengan ekspresi yang beragam. Jube Tantagode menyebutkan dalam bukunya bahwa kreativitas yang ada harus bisa melahirkan kehidupannya sendiri dan mendobrak batasan yang ada.

Tantagode pun berkata bahwa alangkah lebih baik jika kreativitas-kreativitas yang berbeda juga bisa hidup dengan caranya masing-masing. (Tantagode, 2008)

Tantagode (Tantagode, 2008) menyebutkan bahwa sejarah musik *indie* dimulai ketika Indonesia sedang berada di zaman orde baru. Kondisi ideal sebuah negara adalah ketika negara bisa menjadi habitat dan ekosistem bagi rakyatnya untuk bisa mengembangkan karakter, mental, dan sikap. Ketika itu negara tidak bisa berperan sebagaimana mestinya sebagai wadah untuk memberikan ruang bagi rakyatnya untuk bergerak. Namun, seluruh aspek termasuk dunia musik Indonesia saat itu juga diatur oleh pemerintah agar musisi menciptakan karya yang mencerminkan identitas bangsa Indonesia yang sebenarnya juga masih bias. Kemudian lahirlah musisi *indie* sebagai oposisi yang kala itu dianggap eksklusif. Musik *indie* erat kaitannya dengan musik *underground* saat itu, bahkan ketika orang mendengar kata *indie* pasti yang terbayang di benak mereka adalah musik-musik keras. Padahal *indie* merupakan gaya hidup alternatif bagi sejumlah orang untuk menuangkan ide dan ekspresi mereka (Tantagode, 2008). Karakter yang menjadi ciri khas musisi *indie* adalah idealisme *self-sustaining*. *Self-sustaining* sendiri menurut Merriam-Webster.com berarti kemampuan untuk bisa mempertahankan sesuatu dengan cara yang *indie*. (Merriam Webster Dictionary)

Silampukau, band *indie* asal Surabaya menyebutkan dalam salah satu lagunya yang berjudul “Doa 1” bahwa menjadi musisi yang ingin berkarya itu sulit. Lirikanya berbunyi :

“Duh gusti, kini ku mulai lelah jadi musisi. Jiwaku remuk terteror televisi. Aku cemas, Gusti ,suatu nanti. Aku berubah murahan seperti Ahmad.. Janggalkah, Gusti, perasaan marah ini. Saat nalarku direndahkan televisi.” (Silampukau, 2015)

Berdasarkan lirik lagu tersebut, dapat dilihat bahwa Silampukau menyampaikan kritik terhadap industri hiburan. Bukan pengalaman personal, namun merupakan keluhan dari banyak pekerja kreatif di bidang musik yang berjuang melawan pop kultur. Sulitnya untuk masuk hiburan dengan idealisme yang mereka miliki, sehingga jika musisi ingin masuk ke dunia hiburan harus menurunkan idealisme mereka dalam

berkarya, namun di sisi lain mereka takut menjadi ‘murahan’ seperti orang-orang yang ada di televisi (Febriarko, 2015).

Dilansir dari Pophariini.com, disebutkan bahwa skena musik di kota pahlawan, Surabaya memanglah sangat *underground*. Bukan tentang *genrenya*, namun pergerakan musisinya yang tidak terlalu nampak di permukaan. Walaupun pergerakannya yang tidak diketahui oleh banyak orang, musisi-musisi ‘*hidden gem*’ di Surabaya sangatlah banyak jumlahnya. Di dalam artikelnya yang berjudul “Surabaya, Kota Besar dengan Skena Musik Paling Underground”, Abraham menyebutkan bahwa ada beberapa isu yang sekiranya menjadi penyebab mengapa pergerakan yang dilakukan musisi-musisi Surabaya secara *underground*. Keberadaan media di Kota Surabaya yang belum bisa menjadi wadah untuk merepresentasikan keberadaan musisi-musisi asli Surabaya. Oleh karena itu, sosial media menjadi tumpuan bagi musisi *indie*, khususnya Surabaya untuk bisa menyebarluaskan karyanya. Keberadaan internet sangatlah memengaruhi pergerakan musik di Surabaya karena sebelumnya distribusi hanya bisa dilakukan melalui televisi dan label-label mayor. Abraham pun mengatakan bahwa internet menjadi salah satu faktor utama mengapa musisi *indie* Surabaya melakukan pergerakan secara *underground*. Dokumen lagu-lagu lama yang telah dirilis jarang disimpan dalam bentuk fisik seperti CD atau kaset karena rendahnya antusiasme masyarakat Surabaya terhadap rilisan fisik. Maka dari itu, internet, terutama Youtube menjadi situs yang menyimpan paling banyak dokumen lagu yang dirilis oleh musisi Surabaya. (Abraham, 2021)

Dalam berkarya, musisi *indie* fokus dalam menyebarluaskan karya yang mereka produksi. Ketenaran dan profit merupakan hal yang ditaruh di nomor sekian, namun hal yang terpenting adalah ketika identitas dan pesan yang dimaksudkan bisa tersampaikan lewat karya-karya yang ada. Rez dalam (Abaidillah, 2018) mengatakan bahwa musisi *indie* memiliki jalur distribusi alternatif sendiri, dan musisi *indie* akan menggunakan kreativitas dari masing-masing musisi. Berbeda dengan musisi-musisi di bawah naungan label mayor yang pendistribusiannya sudah

diatur di setiap label. Label rekaman mayor menjadi ‘motor penggerak’ bagi musisi berlabel mayor untuk dapat memproduksi dan mendistribusikan karyanya. (Rez, 2008)

Disebutkan juga oleh Jube pada bukunya bahwa musisi *indie* tetap memerlukan kerjasama antar musisi agar pendistribusian pun bisa berjalan. Salah satu contohnya adalah keberadaan distro, toko yang menjual berbagai *merchandise* dari pelaku-pelaku *indie* yang saling bekerjasama. Jube juga menyebutkan bahwa *networking* sesama musisi *indie* merupakan salah satu keistimewaan yang dimiliki oleh mereka, maka dari itu Jube mengatakan :

“Keistimewaan indie terletak pada jaringan kerjanya. Indie tanpa *networking* akan menjadi benteng tanpa prajurit. “ (Tantagode, 2008)

Selain menjalin kerjasama dengan pihak lain, musisi *indie* juga harus mengandalkan kemampuan diri sendiri. Tarassi menyebutkan bahwa musisi *indie* harus memiliki kemampuan untuk ber *multitasking* dan *juggling jobs*. Hal ini berarti bahwa setiap musisi *indie* tidak bisa hanya bergantung pada *gigs*, namun juga harus siap untuk menjadi *sound engineer* atau bahkan manager untuk band sendiri, bekerja di atas panggung maupun belakang panggung. Tarassi bahkan mengatakan bahwa musisi *indie* kerap kali harus melakukan pekerjaan di luar panggung agar bisa menunjang kebutuhan band. (Tarassi, 2018)

Peneliti ingin memfokuskan penelitian ini kepada musisi *indie* Surabaya karena kerjasama antar musisi *indie* tidak terjalin begitu baik. Nathan, *bassist* Radlads, band aliran *punk* asal Surabaya mengatakan bahwa regenerasi musisi di Surabaya tidak berjalan semulus di kota-kota besar seperti Bandung atau Jakarta. Generasi-generasi musisi yang sudah lebih tua jarang memberikan evaluasi untuk generasi yang lebih muda. Kumpul-kumpul antar musisi atau bahkan hanya sekedar *nongkrong* bareng pun hanya sekali dua kali. Sedangkan untuk generasi-generasi yang masih baru, jarang untuk berani unjuk gigi dan memamerkan karya mereka untuk khalayak yang lebih luas. Padahal jika dilihat dari potensinya, banyak orang-

orang Surabaya yang tidak kalah dengan musisi-musisi kota besar lainnya (Christie, 2021) .

Beberapa musisi *indie* memproduksi lagu yang kemudian dibentuk menjadi video musik. Keberadaan media yang semakin beragam sangatlah memudahkan musisi, khususnya musisi *indie* untuk mempromosikan Santrock dalam bukunya yang berjudul *Adolescence* menyebutkan bahwa materi audio visual yaitu video musik dianggap menjadi media yang mudah untuk memahami sebuah karya lagu. (Santrock, 1996) Hal ini terjadi karena audiens hanya membutuhkan sedikit usaha untuk menerka-nerka apa maksud lagu yang diputar karena mereka bisa dibantu oleh jalan cerita yang tervisualisi. Sementara itu Sjukur dalam jurnalnya berpendapat bahwa untuk memahami musik secara audio memerlukan kecerdasan khusus. Mendengar saja tidak cukup untuk bisa memahami makna lagu dan menyambungkannya dengan pemahaman pendengar. (Sjukur, 2014) Dalam buku Jeremy Wallach, disebutkan bahwa ketika materi audio dan visual bisa digabungkan dengan baik, kedekatan yang dibangun antara musik dan pendengar akan bisa terbentuk dengan efektif. Dengan cara ini, musisi juga bisa lebih mudah mengartikulasikan identitas mereka dalam wujud video musik. (Wallach, 2017)

Di era digital saat ini, musisi memanfaatkan Youtube sebagai salah satu sarana menyebarluaskan karya video musik musisi *indie*. Pada tahun 2020, *Hootsuite* menyebutkan bahwa media sosial Youtube menjadi *platform* paling aktif karena diakses oleh 88% dari jumlah populasi. Disebutkan juga bahwa dari total 175,4 juta pengguna internet di Indonesia, pengguna yang melakukan *streaming* musik daring ada sebanyak lebih dari 80%, sementara pengguna yang menonton konten video daring ada 99%. (Riyanto, 2020)

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa kemajuan teknologi telah membantu manusia di berbagai aspek kehidupan, tidak terkecuali para musisi *indie*. Dahulu, sebelum Youtube menjadi *platform* yang digandrungi banyak orang, MTV (*Music Television*) menjadi salah satu kanal yang ditunggu-tunggu untuk bisa mendapatkan update

terkait video musik terbaru. Di kala itu, video musik juga menjadi sarana untuk membentuk identitas anak muda dalam berpakaian, berbicara, atau berperilaku (The Jadugar, 2020). The Jadugar dalam bukunya juga menyebutkan bahwa mereka sering memproduksi karya yang tidak sesuai dengan video musik konvensional atau *mainstream*. Dari sini dapat diartikan bahwa video musik *mainstream* memiliki karakteristik yang begitu-begitu saja, sehingga muncul para pegiat seni yang ingin ‘mendobrak’ tatanan video musik *mainstream* yang biasanya hanya menampilkan personel band sebagai tokoh utama video musik (The Jadugar, 2020).

Namun di dunia serba modern ini, video musik sudah beranak-pinak begitu banyak di berbagai *platform streaming* (The Jadugar, 2020). Kolaborasi antara para pekerja musik dan *platform digital* sudahlah tidak asing di telinga kita. Bahkan salah satu situs berita, *Babe (Baca Berita)*, mengatakan bahwa *Babe* siap berkolaborasi dengan para pekerja kreatif untuk bisa menjangkau masyarakat yang lebih luas (Nurcahyadi, 2020). Maka dari itu, peneliti menganggap bahwa penggunaan video musik sebagai sarana menyebarluaskan karya adalah cara yang tepat di era *digital* ini. Keberadaan media tidak lagi hanya sebagai sarana menyebarkan informasi, tetapi juga dapat menjadi wadah bagi para komunitas dan menumbuhkan *sense of belonging* di tiap individunya.

Randy Sosin dalam (Prabowo, 2021) mengatakan bahwa video musik merupakan salah satu ekspresi dari kultur pop. Menurutnya juga, video musik sangat mudah dimengerti oleh setiap orang. Musisi *indie* dapat memperkenalkan identitas mereka lewat video musik yang mereka produksi. Identitas yang mereka miliki bisa ditunjukkan dari *genre* lagu apa yang mereka mainkan, warna apa saja yang mereka pakai dalam video, isu apa yang mereka angkat, dan aspek lainnya yang memengaruhi pandangan audiens terhadap musisi *indie* lewat produk audio visual. Vernallis dalam (McLeod, 2005) menyebutkan bahwa produksi video musik yang kian meningkat merupakan pertanda dari bangkitnya spirit dari seorang musisi. Lewat video musik, musisi berusaha untuk menampilkan rasa bangga atas musik

yang telah mereka produksi. Terdapat relasi yang kuat antara *output* video musik yang diproduksi dengan si pembuat video, band, lokasi *shooting*, dan juga lagunya itu sendiri. Vernallis juga mengatakan bahwa musik video membuat fungsi dari setiap unsurnya terlihat dengan sangat jelas, yaitu gambar, musik, dan lirik (McLeod, 2005).

Bisa dilihat sebagai contoh adalah video musik “Peradaban” oleh .Feast yang mengusung isu politik ketika zaman orde baru. Pendengarnya kebanyakan merupakan anak muda, dan setelah video itu muncul, rasa nasionalisme berapi-api, setidaknya wawasan mereka bertambah melalui materi audio visual yang disajikan oleh .Feast. Contoh lain adalah video musik dari band *indie* asal Surabaya yang bernama Fleuro yang memproduksi video musik pertamanya dari lagu yang berjudul “*Dead End*”. Video yang diproduksi dengan kru seadanya dan dana terbatas bisa menyajikan cerita yang sangat kuat. Isu yang diangkat merupakan isu-isu di sekeliling masyarakat Indonesia, yaitu terkait kesewenang-wenangan yang dilakukan oleh aparat, kehidupan depresif, dan lika-liku kaum *LGBT*. Peneliti sangat tertarik dengan fenomena video musik karena peneliti merasa bahwa musisi *indie* asli Surabaya yang tergolong pendatang baru ini bisa berkarya sesuai dengan pesan yang ingin mereka sampaikan. Isu-isu sensitif seperti itu tentunya tidak akan lolos untuk bisa ditayangkan di stasiun televisi nasional atau media *mainstream* lainnya. Tidak peduli ketenaran, *Fleuro* hanya ingin memperkenalkan identitas mereka lewat karya-karyanya (2020).

Seperti telah disebutkan sebelumnya bahwa video musik memiliki makna dan pesan yang ingin disampaikan. McKee dalam (Ida, 2014) menyebutkan bahwa teks merupakan segala hal yang tertulis, bisa dalam bentuk video, film, potongan gambar, grafis, dan apapun yang memiliki makna dibalikinya. Budaya tidak bisa lepas dari teks, begitupun sebaliknya, maka dari itu teks yang ada dianalisis dan dimaknai berdasarkan situasi sosial yang ada. Dalam hal ini, musisi-musisi *indie* membuat

sebuah video musik guna mengartikulasikan identitas yang mereka miliki lewat sajian audio visual. Lewat elemen audio, gambar, lirik, musisi *indie*.

Pada penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan video musik yang terunggah di Youtube sebagai data primer. Peneliti memilih Youtube karena Youtube merupakan kanal video terbesar saat ini. Wattenhofer dalam risetnya menyebutkan bahwa terdapat lebih dari 48 jam video yang terunggah di Youtube setiap menitnya dan 3 miliar *views* setiap harinya (Wattenhofer, Wattenhofer, & Zhu, 2012).

Peneliti menggunakan metodologi analisis tekstual dari Alan McKee dalam menjalankan penelitian ini. Menurut Alan McKee, analisis tekstual merupakan metode pengumpulan informasi untuk memahami dan memaknai sebuah teks dalam sebuah riset ilmiah. Alan McKee mengartikan teks sebagai sesuatu yang akan dimaknai oleh seorang peneliti, bisa dalam bentuk film, buku, pakaian video, dan lain-lain. Thwaites et al dalam (Ida, 2014) menyampaikan bahwa teks merupakan perpaduan dari berbagai tanda (*signs*). Tanda merupakan segala sesuatu yang memiliki makna. Tanda juga tidak hanya memiliki dan memproduksi satu makna, melainkan banyak makna. Disini peneliti mengambil video musik sebagai teks yang akan diteliti. Dalam metode analisis tekstual, McKee menekankan pada konteks terciptanya sebuah teks, kaitannya dengan waktu, tempat, budaya, dan kondisi di sekitar teks. Perbedaan situasi dan budaya akan memengaruhi keberadaan teks. Konteks juga akan menjadi acuan bagi peneliti untuk bisa melakukan penelitian yang objektif. McKee pun juga menyampaikan bahwa tidak ada salah dan benar akan sebuah interpretasi terhadap sebuah teks. Tanda dalam teks dapat menghasilkan berbagai interpretasi (McKee, 2003). Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menginterpretasikan cara musisi *indie*, khususnya di Surabaya, untuk menunjukkan identitas subkultur melalui video musik yang telah mereka produksi dan terunggah di Youtube.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana identitas subkultur Radlads diartikulasikan melalui video musik '*A Better Bitter Guy*' dan '*No Escape*' di Youtube?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengidentifikasi identitas subkultur Radlads sebagai musisi *indie* Surabaya yang diartikulasikan lewat video musik '*A Better Bitter Guy*' dan '*No Escape*' di Youtube.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademik

Penelitian ini dimaksudkan untuk bisa memberikan sumbangsih dan masukan bagi studi ilmu komunikasi dalam bidang kajian media. Dengan ini, diharapkan penelitian yang telah ditulis dapat memberikan kontribusi pada isu identitas subkultur dan studi di bidang media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi masukan dan sudut pandang baru bagi pelaku musik *indie* di Surabaya agar bisa lebih percaya diri untuk menunjukkan identitasnya lewat karya yang diproduksi, salah satunya video musik.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mempelajari penelitian terdahulu sebagai referensi dengan topik yang relevan. Penggunaan penelitian terdahulu bertujuan untuk melihat ketepatan hasil-hasil dari penelitian yang akan dilakukan. Selain itu, peneliti juga dapat menambahkan serta memperkaya tulisan terkait topik yang akan ditulis.

1.5.1.1 *Streetwear Fashion* dan *Youth Culture* : Artikulasi Identitas Subkultur Remaja Urban di Kota Surabaya

Penelitian ini ditulis oleh Aditya Setyawan (2018) dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti berusaha untuk mengkaji *fashion* sebagai salah satu bentuk mengkomunikasikan identitas diri seseorang. Dalam penelitian ini juga disebutkan bahwa *fashion* menjadi salah satu ciri khas individu atau kelompok untuk membedakan diri dengan individu lain sebagai salah satu cara menunjukkan identitas mereka. Pasalnya, tujuan utama pakaian adalah untuk melindungi dan menutup diri, namun kini telah bergeser menjadi salah satu sarana komunikasi.

Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana subkultur remaja yang tergabung dalam sebuah komunitas pengguna *streetwear fashion* mengartikulasikan identitas mereka. Analisis teoritik dilakukan menggunakan teori sirkuit kebudayaan (*circuit of culture*) dengan remaja urban *hypebeast* sebagai subjek utama penelitian ini. Peneliti mengkaji identitas, *fashion*, dan subkultur dari remaja urban tersebut. Hasil temuan penelitian ini meliputi beberapa pokok, salah satunya adalah para remaja urban *hypebeast* melakukan proses komunikasi dan representasi guna menjadikan *fashion streetwear* sebagai salah satu bentuk gaya hidup dan identitas.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Aditya Setyawan (2018) dengan penelitian ini adalah subjek penelitian yang merupakan remaja *hypebeast* pengguna *streetwear fashion* di Kota Surabaya. Perbedaan selanjutnya terletak pada metode penelitian, Aditya Setyawan melakukan penelitian dengan pengamatan terhadap kondisi sosial yang menyebabkan budaya *hypebeast* muncul di Kota Surabaya serta wawancara kepada narasumber yang ditentukan dengan teknik penentuan *purposive sampling*. Sedangkan di dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada

subkultur musik *indie*, yaitu Radlads lewat dua video musik yang telah dihasilkan. Peneliti juga menggunakan metodologi penelitian analisis tekstual dengan hanya menganalisis temuan data pada kedua video musik tersebut kemudian dihubungkan dengan situasi budaya yang sedang terjadi. Sementara persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian, yaitu identitas yang diartikulasikan oleh individu atau kelompok melalui sebuah medium. Persamaan selanjutnya yaitu kedua penelitian ini sama-sama meneliti sebuah kelompok yang berada di Kota Surabaya.

1.5.1.2 Konsep Bermusik Bangkutaman: Sebuah Kritik Subkultur Musik *Indiepop* Terhadap Musik *Mainstream*

Penelitian ini ditulis oleh Doan Mitasari (2012) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data dari penelitian ini dikumpulkan dengan metode wawancara, temuan literatur, dan observasi terhadap setiap personel Bangkutaman. Disini peneliti ingin mengungkap alasan mengapa Bangkutaman menjadi bagian dari subkultur musik *indiepop*.

Doan disini menuliskan bahwa musisi *indie* memiliki 2 karakter utama yaitu *RCA* dan *DIY*. Bangkutaman dalam praktiknya menerapkan kedua karakter tersebut ke dalam karya yang mereka buat. *RCA* dituangkan oleh Bangkutaman dalam proses produksi musik, sementara *DIY* diterapkan dalam pendistribusian dan pengemasan karya mereka. Kehadiran Bangkutaman dianggap sebagai salah satu alternatif bagi para pecinta musik untuk bisa mendengarkan musik yang berbeda dari pada musik *mainstream*. Selain itu, Bangkutaman juga tidak lupa menuangkan masing-masing nilai yang mereka anut ke dalam setiap karya dan keseharian mereka sebagai salah satu band *indie*.

Perbedaan penelitian oleh Doan Mitasari dengan penelitian ini adalah metodologi penelitian. Doan Mitasari mengumpulkan data dengan cara mewawancarai setiap personel Bangkutaman pada salah satu acara *live* mereka. Sementara dalam penelitian ini, penulis lebih memfokuskan pada segala unsur dari video musik ‘*A Better Bitter Guy*’ dan ‘*No Escape*’ dan kemudian dianalisis berdasarkan pemikiran penulis sendiri. Disini juga terdapat perbedaan pada cara musisi *indie* menunjukkan identitas mereka, Doan membahas dari penampilan langsung sementara peneliti melihat dari identitas yang ditunjukkan lewat video musik.

1.5.2 Konsep Artikulasi

Artikulasi merupakan sebuah konsep dalam menghubungkan komponen-komponen dari suatu formasi sosial tertentu. Konsep ini merupakan sebuah upaya merepresentasikan atau mengekspresikan dan upaya ‘*putting together*’ atau membawa bersama hubungan antar budaya (Ida, 2014). Ernesto Laclau dan Chantal Mouffe (1984) dalam (DeLuca) juga menyebutkan bahwa konsep artikulasi adalah upaya memahami dan memperbaiki sebuah makna serta mendefinisikan sebuah kenyataan secara sementara. Di dalam konsep tersebut terdapat kepercayaan bahwa tidak ada kebenaran yang abadi di dunia tempat kita hidup ini, semua kemungkinan artikulasi makna adalah mungkin.

Kemudian Hall dalam (Cahyo, 2014) menyebutkan bahwa teks tidak secara langsung menyematkan maknanya, disinilah terjadi proses artikulasi untuk mengekspresikan makna yang terkandung dalam teks. Ekspresi tersebut juga tidak bisa lepas dari kondisi dan konteks yang ada di sekeliling teks. Dengan ini, makna dari sebuah teks akan diartikulasikan dengan cara yang berbeda-beda. Hall juga menyebutkan bahwa dari kata ‘artikulasi’ terdapat dua makna, yaitu penggabungan atau pernyataan.

1.5.3 Identitas Subkultur

Stuart Hall dalam (Sugihartati, 2017) menyebutkan bahwa subkultur lahir sebagai bentuk perlawanan dari budaya yang mendominasi sebuah masyarakat. Subkultur yang berkembang kemudian memiliki ciri khas tersendiri yang menunjukkan ekspresi sebagai bentuk pembeda dan perlawanan terhadap budaya yang mendominasi. Ekspresi-ekspresi tersebut kemudian dituangkan ke dalam berbagai aktivitas dan sikap, seperti cara berpakaian, musik, moto, dan ritual lainnya. Segala tanda-tanda kultural dari budaya dominan kemudian dimaknai kembali sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan lalu dibentuk ke dalam makna yang baru (Sugihartati, 2017). Hebdige dalam (Williams, 2011) menyebutkan bahwa pemaknaan yang baru akan membentuk sebuah identitas baru dari sebuah kelompok. Walaupun subkultur sering dianggap menyimpang dari budaya utama, subkultur telah menjadi ruang untuk bisa merepresentasikan diri. (Mitasari, 2016)

Hebdige dalam bukunya pun menyebutkan bahwa subkultur merupakan ‘kebisingan’ dari ‘suara’ yang ada di tengah-tengah masyarakat. Keberadaan subkultur merupakan fenomena nyata yang terjadi di masyarakat dan tidak boleh dianggap remeh (Hebdige, 1979). Foucault dalam (Hall, 1996) menyebutkan bahwa individu yang ingin menunjukkan identitasnya dengan *self production*. Dapat dilihat di kehidupan sehari-hari ketika banyak orang yang berusaha menunjukkan eksistensi mereka dengan melakukan hal-hal yang berkaitan dengan identitas yang mereka miliki. Laclau menyebutkan (Laclau, 1990):

‘individuals as subjects identify (or do not identify) with the ‘positions’ to which they are summoned; as well as how they fashion, stylize, produce and ‘perform’ these positions, and why they never do so completely, for once and all time and some never do, or are in a constant, agonistic process of struggling with, resisting, negotiating, and accomodating the normative or regulative rules with which they confront and regulate themselves’

Laclau juga menyebutkan bahwa dalam praktiknya hal ini disebut juga dengan artikulasi. Manusia cenderung mengartikulasikan identitas mereka berdasarkan regulasi yang mereka buat sendiri (Laclau, 1990) . Dalam hal ini, musisi *indie* juga tentu memiliki identitas yang ingin mereka tunjukkan dan akan mereka artikulasikan dengan cara mereka sendiri. Musisi *indie* ingin agar identitas mereka dikenal oleh orang-orang yang mendengarkan hasil karya mereka agar musisi *indie* tetap bisa mempertahankan eksistensi mereka. Dalam praktiknya sangatlah sulit karena mereka melawan arus *mainstream* atau arus utama. Ferreira (2016) dalam (Sutopo, Wibawanto, & Lukisworo, 2020) mengatakan bahwa dalam mempertahankan eksistensinya, kaum muda yang berada di sirkum subkultur cenderung menerapkan 3 aspek sebagai berikut : *to be different (singular)*, *to be myself (authenticity)*, dan *to be what I want to be (sovereign)*. Artinya bahwa keaslian, keunikan, serta kemandirian tidak bisa lepas dari kehidupan subkultur. Ferreira juga berpendapat bahwa :

“.. some cutting-edge aesthetics may be seen as expressive forms of reaction which allow them to announce their presence in the world, to live an alternative existence in the world...” (Ferreira, 2016)”

Artinya bahwa beberapa bentuk estetika yang mutakhir dapat dilihat sebagai salah satu bentuk reaksi ekspresif yang kemudian dapat mengumumkan kehadiran mereka di dunia, untuk hidup dalam kehadiran alternatif di dunia.

1.5.3.1 Identitas dan Musik

Thomas Cushman dalam (Williams, 2006) menyebutkan bahwa keberadaan musik bukanlah sekedar objek kebudayaan statis yang diproduksi dan dikonsumsi, melainkan sebuah objek aktif sebagai bentuk resistensi dan *template* yang berguna untuk membentuk identitas baru pada sebuah individu dan kelompok. Terdapat hubungan dialektikal antara musik dan identitas, yaitu

musik merupakan salah satu hasil dari terbentuknya sebuah subkultur, dan begitulah kemudian terbentuk berbagai subkultur di dalam musik. Dalam (Williams, 2006) juga disebutkan bahwa *musical experience*, pembuatan maupun mendengarkan musik, individu dapat menempatkan diri mereka pada formasi subkultur tertentu.

Identitas yang terartikulasi lewat musik bisa dilihat pada nada atau suara yang dihasilkan oleh para pelaku musik. Simon Frith dalam (Hall, 1996) mengatakan bahwa :

' the issue is not how a particular piece of music or a performance reflects the people, but how it produces them, how it creates and constructs an experience - a musical experience, an aesthetic experience - that we can only make sense of by taking on both a subjective and a collective identity'

Dalam hal ini berarti, identitas pelaku musik tidak bisa hanya dilihat dari hasil karyanya atau ketika mereka tampil di atas panggung. Namun para pelaku musik cenderung mengartikulasikan identitas mereka ketika tengah berada di proses produksi untuk membangun *image* yang ingin mereka tunjukkan di depan publik. Hal yang paling menarik adalah ketika pendengar mengalami pengalaman tertentu ketika mendengarkan hasil karya para musisi. Simon Frith dalam (Hall, 1996) juga berpendapat bahwa :

'music making and music listening - is best understood as an experience of this self-in-process. Music, like identity, is both performance and story, describes the social in the individual and the individual in the social, the mind in the body and the body in the mind;'

Artinya produksi musik dan ketika musik sudah dikonsumsi merupakan sebuah pengalaman yang berkaitan erat dengan proses. Musik yang dihasilkan akan menceritakan tentang pengalaman dan kejadian yang terjadi di sekitar kita. Dalam hal

ini musisi *indie*, sering meluncurkan karya yang mengandung nilai-nilai terdekat yang ada di sekitar personil band itu sendiri.

Simon Frith (Hall, 1996) mengatakan bahwa studi terhadap musik merupakan salah satu sudut pandang baru karena akan sangat menarik ketika suara bisa mengartikulasikan sebuah identitas yang mana biasanya diperlihatkan lewat objek visual. Identitas yang disampaikan oleh musisi akan bisa terlihat ketika mereka menampilkan hasil karya mereka, biasa disebut *performance*. Pengalaman yang berbeda ketika audiens bisa melihat hasil karya para musisi yang juga dilatarbelakangi oleh berbagai proses, akan muncul sebuah bentuk partisipasi diantara audiens dan musisi. Simoh Frith juga mengatakan :

'that we both express ourselves, our own sense of rightness, and suborn ourselves, lose ourselves, in an act of participation.'

1.5.3.2 Subkultur Musik *Indie*

Dewasa ini memang musik tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Musik diproduksi di tengah-tengah masyarakat dan tentunya dipengaruhi oleh realitas yang ada di sekitarnya, secara tidak langsung musik pun memberi pengaruh dan hidup berdampingan dengan masyarakat (Mitasari, 2016). Kini musik sudah bisa dinikmati semua orang tanpa terkecuali. Seiring perkembangan zaman, lahirlah perusahaan rekaman yang kemudian terbagi dua menjadi *major label* dan *indie label* (Mitasari, 2016).

Andersen (2009) dalam (Jensen, 2013) menyebutkan bahwa anggota dari sebuah subkultur tertentu memiliki kebebasan untuk mengekspresikan karakter yang melekat pada diri mereka. Dalam menunjukkan kepribadian dan karakter yang mereka miliki, anggota dari sebuah subkultur secara bersamaan juga memisahkan diri dari budaya *mainstream* yang berlaku. Dalam

konteks musik, Tantagode (Tantagode, 2008) mendefinisikan *mainstream* sebagai berikut :

“Mainstream adalah arus utama, tempat dimana band-band yang bernaung di bawah label besar, dan merupakan sebuah industri yang mapan.”

Artinya bahwa musisi-musisi yang berada di bawah naungan label mayor dapat melakukan pemasaran yang luas, baik secara nasional maupun internasional, hal ini pun pada akhirnya menyebabkan media massa di dominasi oleh promosi dari band-band *mainstream* atau populer. Tantagode dalam bukunya yang berjudul “Revolusi *Indie* Label” berpendapat bahwa lahirnya subkultur musik *indie* atau *independent* di Indonesia adalah bentuk pengekspresian diri untuk melawan budaya populer. Tantagode juga berpendapat bahwa kemandirian pada musisi *indie* bukanlah esensi utama dari *indie*, melainkan pada *root-character-attitude (RCA)* dalam melakukan resistensi terhadap *mainstream* (Tantagode, 2008). *Root* dalam *RCA* mengacu pada referensi yang dijadikan sebagai akar dari kelahiran sebuah subkultur, referensi dari sesuatu yang sudah ada. Sebagai perlawanan dari budaya yang mendominasi, musisi *indie* sebagai salah satu bentuk subkultur tidak bisa lepas dari nilai-nilai yang telah ada pada budaya dominan. *Character* merupakan ciri khas musikal pada band *indie* yang mengandung etos *DIY (Do It Yourself)* atau berada di luar budaya *mainstream*. Kemudian *attitude* juga menjadi pembeda antara band *indie* sebagai bentuk subkultur musik dengan band-band berlabel mayor. *Attitude* merujuk pada sikap band *indie* ketika berada di luar panggung. Jadi subkultur musik *indie* memegang *RCA (Root-Character-Attitude)* sebagai tumpuan utama mereka (Mitasari, 2016).

1.5.3.3 Identitas di Youtube

Identitas yang terbentuk lewat komunikasi secara *online* akan menimbulkan perbedaan ketika identitas yang dikomunikasikan secara *offline*. Maka dari itu, identitas akan lebih jelas jika di'tampil'kan. Mengingat bahwa di dalam sosial media, setiap orang bebas untuk memilih bagaimana mereka ingin digambarkan, dan penampilan tersebut audiens yang di raih bisa semakin luas dan beragam (2014).

O'Reilly dalam (Jakala & Berki, 2013) menyebutkan bahwa sosial media merupakan salah satu bentuk kombinasi baru antara teknologi, aktivitas komunitas, serta aktivitas komunitas yang berbeda-beda. Berki dan Jakala mengatakan bahwa teknologi telah menembus batas ruang dan waktu sehingga komunikasi yang biasa terjalin dengan tatap muka bisa berganti menjadi komunikasi interaktif yang terjadi secara *online*. Berki dan Jakala juga berpendapat bahwa komunikasi yang terjalin secara *online* telah menjadi rutinitas baru di sekitar masyarakat sehingga juga dapat membentuk identitas sosial (Jakala & Berki, 2013).

Kemudian muncul istilah *eponimity* yang merupakan keadaan dimana sesuatu dapat diidentifikasi melalui nama dan segala aspek unik individunya. Bakker dalam (Jakala & Berki, 2013) menyebutkan bahwa :

'Further cyber-activities that include eponymous interaction involve minority groups in society, who seek for re-inventing their roots by creating their own cultural and national identity'

Artinya bahwa interaktif *eponymous* biasa terjadi pada sekelompok orang yang menjadi minoritas di sebuah masyarakat, maka dari itu mereka menggali akar mereka agar bisa membentuk identitas dan kebudayaan sendiri. Dalam dunia musik *indie*, musisi *indie* seringkali merasa tidak mendapat wadah sebesar

musisi-musisi dengan label mayor. Maka dari itu, musisi *indie* akan mengeluarkan *effort* lebih agar identitasnya bisa lebih terlihat. Identitas yang terbentuk secara melalui *platform online* disebut juga sebagai *digital identity*. Ozel&Sert (Özel & Sert, 2014) mengatakan bahwa *digital identity* diharapkan dapat memberikan impresi yang baik di dalam lingkungan masyarakat yang interaktif. Mengingat bahwa *digital identity* terbentuk melalui *platform online*, segala sesuatu yang diunggah harus juga memenuhi etika yang berlaku, selain itu akan lebih baik jika muncul ruang untuk bisa saling berkolaborasi. Musisi *indie* pun juga harus memberikan impresi yang baik dalam membentuk *digital identity*. Sifatnya yang *indie* juga akan mendorong antar musisi *indie* untuk melakukan kolaborasi agar hasilnya pun bisa maksimal.

1.5.4 Video Musik

Video musik terdiri dari 2 elemen audio dan visual. Audio atau suara memiliki fungsi sebagai penambah informasi pada video, membentuk suasana dan energi, juga untuk melengkapi struktur ritme pada video (Rubin, 1986). Carol Vernallis (Vernallis, 2013) mengatakan bahwa :

“Today’s unique audiovisual relations developed through music video directors and editors experiments at reconfiguring images and sounds. Music video used new technology (cheap, reusable videotape) and had new commercial and social demands (make it fast, creative, musical, different, and wild.”

Melihat dari kutipan di atas, hal ini berarti bahwa video musik merupakan salah satu hasil dari materi audio visual yang memiliki keunikannya sendiri. Hal ini ada kaitannya dengan eksperimen yang dilakukan oleh sutradara dan penyunting gambar dalam mengkonfigurasi ulang gambar dan suara. Video musik menggunakan teknologi baru yang murah dan dapat terus digunakan. Selain itu juga video musik memiliki pasar dan permintaan sosial yang baru. Dengan ini, video musik harus

memiliki karakter seperti cepat, kreatif, musikal, berbeda, dan liar. Disini Vernallis (Vernallis, 2013) juga menyebutkan perbedaan yang ada diantara video musik dengan produk audio visual lainnya, seperti film dan iklan. Berikut merupakan pernyataan Vernallis :

“while commercials and films in that era tended toward tightly controlled client-author supervision and careful storyboarding, a music video director or editor might try anything.”

Hal ini berarti bahwa video musik berbeda dari iklan komersil dan film karena terdapat kebebasan yang diberikan kepada sutradara dan penyunting gambar. Video musik tidak dikontrol oleh keinginan orang lain atau bahkan video musik juga tidak memerlukan *storyboard* yang rapi. Kemajuan teknologi juga sangat memengaruhi kemajuan video musik di era ini. Di dalam buku yang berjudul *“Music/Video : Histories, Aesthetics, Media”* (Arnold, Cookney, Fairclough, & Goddard, 2017) disebutkan bahwa :

“music is still the single, note at the heart of all these endeavours. At the same time, there is no doubt that the wide dissemination and reach of the music video, and the technological advances that have occurred in cameras, videography, digital compression, and the internet, have changed both how they are made and who can make them, altering forever the way that popular music is actually experienced.”

Menurut kutipan di atas, musik tetap menjadi inti dari semua upaya pembuatan video musik. Pada waktu bersamaan, tidak dapat disangkal bahwa penyebaran dan jangkauan yang luas pada video musik erat kaitannya dengan kemajuan teknologi, seperti pada kamera, videografi, kompresi digital, dan tentunya internet telah mengubah bagaimana cara membuat video musik serta siapa saja yang dapat membuatnya. Perubahan ini akan terjadi terus secara alami. Pernyataan ini juga diperkuat oleh kutipan dari Benjamin (1937/1968) dalam (Cayari, 2011) yaitu :

“Technology affects the way people create, consume, and share art, media, and performance. Benjamin claims that an original artwork has an “aura”; this means it is unique in time, space, and beauty.”

Artinya bahwa teknologi akan memengaruhi cara individu membuat, mengkonsumsi, dan membagikan produk kesenian, media, dan penampilan. Benjamin juga mengatakan bahwa karya seni yang asli atau orisinal memiliki ‘aura’ nya tersendiri, aura diartikan sebagai keunikan waktu, ruang, dan estetika.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi identitas subkultur yang diartikulasikan oleh musisi *indie* di Surabaya melalui video musik yang diunggah di sosial media Youtube. Peneliti menggunakan analisis tekstual oleh Alan McKee. Dengan metode ini, peneliti akan menganalisis produk audio visual serta berusaha mengidentifikasi identitas subkultur yang diartikulasikan Radlads melalui video musik ‘*A Better Bitter Guy*’ dan ‘*No Escape*’. Menurut McKee, dalam meneliti sebuah teks tidak ada interpretasi yang paling ‘benar’, akan ada sangat banyak interpretasi yang mungkin terjadi (McKee, 2003).

Tujuan dari dilakukannya analisis tekstual adalah untuk mengungkap dan menggali makna yang ada di balik sebuah teks, selain itu juga untuk bisa lebih paham terhadap nilai dan kultur yang terkandung di dalam proses produksi teks (Ida, 2014). Teks menurut McKee adalah sesuatu yang diinterpretasikan maknanya, teks bisa berbentuk film, buku, ornamen, dan termasuk juga video musik. (McKee, 2003). Peneliti akan memperhatikan setiap unsur yang ada dalam video musik ‘*A Better Bitter Guy*’ dan ‘*No Escape*’ yang meliputi gambar, kostum, videografi, dan segala aspek yang bisa dilihat secara visual. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti juga akan memperhatikan konteks budaya yang ada pada saat terciptanya video musik tersebut, yaitu konteks musisi *indie* yang ada di Indonesia, khususnya Surabaya.

1.6.2 Unit Analisis

Unit analisis dari penelitian ini adalah teks yang berupa video musik dari band Radlads yang berjudul '*A Better Bitter Guy*' dan '*No Escape*', secara spesifik meliputi visual, lirik, kostum, musik, videografi dan segala aspek yang terlihat pada kedua video musik tersebut.

1.6.3 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah video musik yang telah diproduksi oleh musisi *indie* di Surabaya. Subjek penelitian merupakan sesuatu yang sangat penting di dalam penelitian dan harus siap sebelum peneliti hendak mengumpulkan data. (Arikunto, 2010) Pada penelitian kali ini, peneliti memilih 2 video musik dari band Radlads yang berjudul '*A Better Bitter Guy*' dan '*No Escape*'. Kedua video musik ini dirilis pada tahun 2019 pada kanal Youtube Radlads.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, maka dari itu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

a. Data Primer

Data primer diperoleh melalui telaah tanda dan lambang yang terkandung di dalam video musik '*Better Bitter Guy*' dan '*No Escape*' dari band Radlads serta mengambil cuplikan dari setiap video musik yang sekiranya mengandung identitas musisi yang diartikulasikan. Seperti yang telah disebutkan di atas bahwa peneliti akan memperhatikan serta memaknai segala aspek yang terkandung di dalam kedua video musik tersebut, aspek-aspek tersebut meliputi musik, visual, videografi, kostum, dan lain sebagainya.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dan temuan literatur seperti buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan literatur lainnya.

1.6.5 Teknik Analisis Data

Proses analisis data merupakan proses menelaah data dari seluruh data yang diperoleh melalui penelitian analisis tekstual. Dalam (Ida, 2014, hal. 70) disebutkan bahwa ada lima tahapan penelitian analisis tekstual yaitu :

1. Peneliti harus memilih topik penelitian yang diminati.
2. Rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti harus se spesifik mungkin.
3. Peneliti mengumpulkan beragam teks yang sesuai dan relevan terhadap rumusan masalah yang dipertanyakan.
4. Melakukan penelitian terhadap teks-teks lain yang berhubungan dengan fenomena yang dibahas .
5. Melakukan proses *intertextuality* dari satu teks ke teks lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil dua video musik dari band Radlads asal Surabaya yang berjudul “*Better Bitter Guy*” dan “*No Escape*”. Kemudian peneliti akan menonton kedua video musik tersebut dan mencatat tanda-tanda yang sekiranya menjadi bentuk artikulasi identitas subkultur. Peneliti akan memilih *scene* yang mengandung aspek-aspek yang relevan dengan identitas subkultur musisi *indie*.