

ANALISIS KAOS ANAK BERGAYA PUNK (STUDI KASUS KAOS ANAK PARENTAL ADVISORY)

PUNK STYLED CHILDREN T-SHIRTS (A CASE STUDY OF CHILDREN'S T-SHIRT PARENTAL ADVISORY)

Ratna Amalia, Kahfiati Kahdar, Ifa Safira Mustikadara

Institut Teknologi Bandung
ratnaamalia_rahayu@yahoo.co.id

ABSTRAK

Parental Advisory merupakan sebuah merek pakaian anak bergaya punk dari Bandung. Desain kaos anak Parental Advisory menggunakan kata-kata yang cenderung tabu dan gambar yang menunjukkan kekerasan tetapi bermakna positif dan mendalam bagi orang tua. Pemilihan warna yang gelap dianggap sebagai keunikan tersendiri. Penelitian ini menekankan pada tulisan, gambar, dan warna kaos karena anak-anak belum mengerti arti tulisan dan gambar yang tercantum serta citra yang diberikan orang sekitar terhadap warna yang cenderung gelap. Berdasarkan data yang didapat, kaos anak Parental Advisory berkesan negatif, tetapi laku di pasaran. Dengan menggunakan metode kualitatif, analisis deskriptif, dan dipaparkan secara interpretatif, penelitian ini ingin menjelaskan makna dan memaparkan interpretasi konsumen terhadap tulisan, gambar, dan warna yang terdapat pada kaos anak Parental Advisory. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa tidak ada perubahan makna berdasarkan kajian semiotik terhadap interpretasi konsumen. Hal ini terjadi karena tulisan, gambar, dan warna bisa memiliki banyak makna dan menghasilkan dua citra, yaitu positif dan negatif. Konsumen hanya melihat dari salah satu sisi makna karena terdapat faktor-faktor psikologis yang memengaruhi proses interpretasi seperti pengalaman dan kebutuhan aktualisasi diri. Semua unsur tersebut menyebabkan konsumen menginterpretasi kaos anak Parental Advisory secara positif.

Kata kunci: tulisan, gambar, warna, kaos anak, punk

ABSTRACT

Parental Advisory is a brand of children's clothing in Bandung, which has created t-shirt for kids with punk-styled text, graphics, and colors. The text on the children's t-shirt Parental Advisory uses taboo words and graphics implying violence. They, however, have a positive and profound meaning intended for the parents. The choice for the dark color tones is deemed as unique and unusual. This research puts its emphasis on texts, graphics, and colors as children have not yet understood the meanings of the text and images on the t-shirt, and the perception of their surroundings towards dark colors. Based on the data collected, the Parental Advisory children t-shirt gives a negative impression, but it is still widely sold in the market. Using a qualitative method, descriptive analysis, and interpretative presentation of the research, this research tries to explain the meanings and interpretation of the consumers toward the text, graphics, and colors of the Parental Advisory children's t-shirt. Based on the analysis, it was concluded that there have been no changes of meaning in term of the semiotic analysis of the consumers interpretation. The reason is that texts, graphics, and colors may have a lot of meanings and thus creating two images, negative and positive. The consumers view them only from one side of the image because of the psychological factors that have influenced the interpretation process such as experience and self actualization. The whole elements have enabled consumers to interpret the meanings as positive.

Keywords: text, graphics, colors, children t-shirt, punk

PENDAHULUAN

Penelitian mengenai kajian non-verbal kaos sudah dikenal sejak tahun 1930. Saat itu kaos hanya dijadikan pakaian dalam dari marinir dan tentara Amerika Serikat. Akan tetapi, baru tahun 1960 kaos dipandang penting dalam dunia tata busana (Brunel, 2002 : 26). Pada saat yang bersamaan, kaum hippies, komunitas punk, dan organisasi politik

menyadari bahwa kaos dapat menjadi media propaganda yang efektif selain media-media lain yang telah ada sebelumnya seperti spanduk dan poster. Efek semua itu adalah semakin banyak kaos dengan desain berupa kata-kata atau kalimat propaganda beredar di masyarakat.

Selain berupa kata, elemen warna juga menarik perhatian orang yang melihatnya. Seperti pada awal kemunculan

kaos di tahun 1930, kaos yang tersedia hanyalah warna putih, warna ini melambangkan kesederhanaan, kebersihan, dan kemurnian. Produksi kaos semakin banyak dan warna yang dihasilkan juga bukan hanya putih. Seperti yang dikatakan Sulasmi dalam bukunya yang berjudul *Warna*, bagaimana seseorang memandang citra sebuah warna tidak terlepas dari budaya dalam masyarakat (Darmaprawira, 2012 : 30). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap orang bisa memiliki pandangannya masing-masing terhadap citra dari warna kaos yang dikenakan.

Tidak dapat dimungkiri bahwa kaos anak merupakan miniatur dari kaos dewasa. Agar penampilan anak sesuai dengan umurnya, biasanya terdapat desain grafis yang bisa mendukung. Seperti di Amerika, pada tahun 1970 yang merupakan masa kejayaan Pop Art Disney dan penjualan kaos dengan karakter tersebut banyak laku terjual di pasaran. Pengaruh yang datang dari luar negeri tentu saja berimbas pada perkembangan kaos di Indonesia, ada juga pengaruh dari beberapa gaya subkultur di antaranya punk tahun 1970-an, hiphop, dan gaya anak jalanan tahun 1980-1990. Pengaruh subkultur yang memiliki label *independent* bukan hanya terjadi pada kaos dewasa. Perkembangan kaos anak juga menjadi cukup pesat. Hal ini terjadi pada tahun 2000. Contoh merek berlabel indie di antaranya Parental Advisory dari Bandung.

Parental Advisory memakai gaya yang tidak lazim yaitu punk. Kata-kata yang digunakan di antaranya memiliki konsep tentang kritik terhadap pemerintahan, sosial budaya, kemasyarakatan, permasalahan komunikasi anak dengan orang tua, dan segala hal yang menyangkut perlawanan terhadap hal-hal yang sudah biasa terjadi di masyarakat. Pemilihan warna juga cukup berani di antaranya mayoritas

kaos Parental Advisory memakai warna hitam, coklat tua, dan warna-warna gelap lainnya.

Anak belum bisa memilih kaos sesuai dengan perasaan yang dia rasakan saat itu dan kemungkinan besar kaos yang dipakai oleh anak tersebut merupakan pilihan orang tua. Penelitian ini menjadi menarik karena anak-anak belum mengerti arti dari kata-kata yang mengarah pada makna negatif, makna di balik gambar yang terdapat pada kaos yang dia kenakan, dan citra yang diberikan orang sekitar terhadap warna-warna yang cenderung gelap. Tentu saja yang memakaikan kaos ini adalah orang tuanya yang bisa saja tidak mengerti atau tidak peduli dengan makna yang terkandung dalam desain kaos Parental Advisory. Pada sisi lain kita tidak dapat mengesampingkan lingkungan sosial. Indonesia dengan masyarakatnya yang beragama dan berbudaya memiliki aturannya tersendiri, banyak aturan di masyarakat yang tidak tertulis tetapi harus dipatuhi oleh masyarakat seperti sopan santun dan sebagainya.

Penelitian ini menekankan pada tulisan, gambar, dan warna-warna gelap yang dipandang memiliki citra negatif. Hal ini perlu diangkat sebagai penelitian karena timbul kekhawatiran tulisan dan gambar yang berkesan negatif bisa memengaruhi perilaku anak. Warna yang cenderung gelap juga bisa menimbulkan pandangan negatif yang berimbas pada citra anak sekaligus pada orang tua yang bertanggung jawab dalam memakaikan kaos tersebut pada anaknya.

Semiotika Roland Barthes

Bagi Barthes, semiotika pada dasarnya mempelajari bagaimana manusia memaknai sesuatu. Sebuah tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri dan makna

(*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda (Littlejohn, 1996 dalam Sobur, 2003 :16). Jika hal tersebut diterapkan pada tanda-tanda bahasa, huruf, kata, kalimat, tidak mengandung arti dalam 'dirinya'. Tanda-tanda itu memiliki arti jika dihubungkan dengan pembacanya. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan sesuatu yang ditandakan (*signifie*) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan.

Penanda dan Petanda

Penanda adalah aspek material dari bahasa: apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep (Barthes, 2001 dalam Sobur, 2003: 46). Berkaitan dengan tanda, penanda, dan petanda diperlukan adanya konvensi sosial di kalangan komunitas bahasa yang mengatur makna sebuah tanda (Saussure dalam Piliang, 2012 : 302).

Denotasi, Konotasi, dan Mitos

Denotasi merupakan makna dari sesuatu yang terlihat, langsung, dan pasti. Denotasi adalah tanda yang penandanya memiliki tingkat kesepakatan (konvensi) yang sangat tinggi.

Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang di dalamnya bekerja sebuah makna tidak langsung dan tidak pasti (artinya makna ini bisa diinterpretasi menjadi berbagai macam kemungkinan). Makna ini terbentuk ketika penanda dihubungkan dengan bermacam-macam faktor psikologis seperti perasaan, emosi, atau keyakinan.

Mitos menurut Barthes adalah pengodean makna dan nilai-nilai sosial yang sebetulnya arbitrer atau konotatif. Arbitrer atau konotatif artinya secara

makna tidak ada hubungannya atau berhubungan tidak langsung dan tidak pasti, tetapi dianggap ilmiah. Mitos ini sangat berhubungan dengan nilai-nilai ideologi, budaya, moral, dan spiritual. Analisis berdasarkan semiotika Barthes diperlukan dalam penelitian ini untuk melihat makna tulisan, gambar, dan warna.

Persepsi

Interpretasi tidak bisa terlepas dari proses persepsi. Persepsi adalah proses menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasi masukan sensoris kepada individu demi mendapatkan informasi dari lingkungan internal dan eksternal (Gauld, 2012 dalam Liliweri, 2015: 167).

Stimulus, Seleksi, Organisasi, Interpretasi, Respon

Melalui stimulasi, individu dapat menggambarkan suara, bau, dan rasa yang mengisi pengalaman sadar manusia secara sistematis. Stimulasi melibatkan perhatian selektif (*selective attention*) dan terpaa selektif (*selective exposure*).

Seleksi merupakan proses pemilihan terhadap informasi (*stimuli*) yang diterima melalui indra. Ada beberapa faktor yang memengaruhi individu melakukan seleksi (merespons) terhadap stimulus (informasi) yang diterima, yaitu faktor eksternal seperti *contrast* (kontras), *novelty* (kebaruan), dan sosial budaya. Faktor kedua adalah faktor internal seperti faktor *learning* (pembelajaran), *needs* (kebutuhan), *age* (usia), dan *interest* (kepentingan) (Liliweri, 2015:190).

Cara terbaik untuk menginterpretasi potongan-potongan (informasi) adalah dengan mengelompokkan mereka ke dalam satuan-satuan berdasarkan karakteristik tertentu, dalam hal ini skema. Skema bisa diibaratkan

format yang dapat langsung diisi, sehingga memungkinkan kita untuk mengatur dan membuat kategorisasi stimulus ke dalam kelompok tertentu. Seseorang lebih mudah mengingat kembali stimulus yang diterima dari orang-orang tertentu berdasarkan jenis kelamin, asal usul ras, penampilan, pakaian seragam, jenis, dan pekerjaan.

Tahap terakhir dalam proses persepsi yaitu interpretasi. Dalam interpretasi, seseorang cenderung berharap akan sesuatu hal. Dalam *expectancy theory* atau teori harapan dikemukakan bahwa seseorang akan memutuskan untuk berperilaku atau bertindak dengan cara tertentu (daripada cara lain) karena termotivasi dengan harapan bahwa seseorang akan mendapatkan apa yang diinginkan atau dibutuhkan melalui cara tersebut. Dalam tahapan memilih cara demikian, terdapat proses kognitif tempat individu memilih beberapa jenis motivasi yang berbeda. Namun, pada akhirnya memilih satu cara terbaik untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan (Oliver, 1974 dalam Liliweri, 2015:231). Menurut psikolog Steven Walden, pengalaman adalah persepsi. Banyak peristiwa di dunia terutama peristiwa yang dialami oleh individu secara langsung merupakan salah satu faktor pembentuk persepsi.

Desain Kaos Anak Parental Advisory

Konsep kaos anak Parental Advisory mengacu pada budaya anak muda perkotaan. Konsep tersebut terpengaruh oleh budaya punk, musik *underground*, pergerakan anak muda, politik, *skateboarding*, dan komentar anak yang jelas, tegas, gamblang, dan biasanya tidak disensor ke ranah publik.

Kaos anak Parental Advisory didominasi oleh tema kampanye seperti kampanye tentang ASI, hidup sehat bebas rokok dan minuman beralkohol (*straightedge*), serta menanggulangi kekerasan anak di sekolah. Semua pesan ini merupakan pesan positif yang disampaikan desainer untuk orang tua melalui kaos anak.

Dengan gaya Parental Advisory yang khas, yaitu ‘perlawanan’, pesan-pesan tersebut dikemas menggunakan kata-kata tabu, gambar yang identik dengan kekerasan, dan warna-warna kaos yang cenderung gelap. Semua hal tersebut diharapkan bisa menjadi kekuatan agar pesan kampanye tersampaikan dengan efektif, efisien, dan sesuai dengan konsep.

Persepsi Konsumen Parental Advisory

Dari segi tulisan, kata-kata tabu bisa menarik perhatian



Gambar 1 Contoh-contoh kaos anak Parental Advisory
Sumber: www.facebook.com/ParentalBaby, 2014

orang sekeliling yang melihat kaos tersebut. Orang yang melihat akan membaca dan berpikir. Kaos yang bisa menyampaikan pesan dengan lantang tidak banyak di pasaran, apalagi kaos anak. Oleh karena itu, kaos anak Parental Advisory dianggap keren. Anak yang keren bisa mencerminkan orang tua yang menganggumkan sehingga orang tua memiliki rasa kebanggaan tersendiri. Konsumen melihat gambar yang tertera pada kaos anak Parental Advisory secara positif. Contohnya, mereka melihat logo Parental Advisory yang merupakan simplifikasi kepala panda hanya sebagai identitas merek dagang. Ekspresinya yang terlihat marah dianggap sesuai dengan konsep yaitu anak kecil yang pendapatnya ingin didengar oleh orang-orang di sekitarnya. Gambar-gambar seperti rantai dan sepatu boots dianggap mencerminkan punk, unik, dan lain daripada kaos anak lainnya. Punk tidak dianggap memiliki citra buruk. Sebaliknya, anak yang memakai kaos punk memiliki citra yang mengesankan.

Secara demografis, kesepuluh orang tua yang diwawancara terdiri atas enam orang laki-laki dan empat orang perempuan. Usia berkisar 27-35 tahun dan mayoritas bertempat tinggal di perkotaan seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, dan selebihnya bertempat tinggal di Bekasi, Tangerang, Tanjung Pinang, Banjarmasin, dan Ciamis, Jawa Barat. Dari sisi pendidikan, mayoritas mereka adalah lulusan sarjana dan memiliki pekerjaan yang layak, di antaranya bekerja sebagai pegawai swasta dan wirausahawan. Kesepuluh orang tua, ternyata semua memiliki anak laki-laki. Jika dilihat dari aktivitas dan kegemaran, mereka memiliki kegiatan yang berbeda-beda mulai dari ibu rumah tangga sampai dengan desainer dan seniman tato. Hobi yang dijalani juga beragam, mulai

dari memasak, berkegiatan di alam bebas, bergabung dengan grup musik, sampai minum minuman beralkohol. Dari sepuluh orang konsumen, hanya ada dua orang yang menyukai musik beraliran keras, tergabung dalam sebuah grup musik, dan menggemari minuman beralkohol. Selebihnya merupakan orang tua yang memiliki kegemaran yang tidak mengarah pada hal negatif. Dengan beragamnya pekerjaan, profesi, dan kegemaran menjadi suatu hal yang menarik untuk mengetahui opini tentang kaos anak Parental Advisory.

Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas kaos yang mereka beli berwarna gelap seperti hitam dan cokelat tua. Mereka tidak melihat warna-warna gelap dari sisi negatif namun para orang tua ini melihat warna hitam sangat sesuai dengan citra maskulinitas pada anak laki-laki. Tidak banyak kaos anak di pasaran yang memiliki warna gelap. Kebanyakan anak laki-laki identik dengan warna biru sehingga mereka sangat tertarik pada kaos anak yang berwarna hitam. Warna hitam dianggap mencerminkan anak yang gagah, tangguh, dan berani.

Dapat ditarik simpulan bahwa orang tua atau konsumen dari Parental Advisory mengerti konsep yang diberikan oleh desainer. Tidak ada yang menganggap kaos ini humor belaka atau sekadar bermain-main tanpa memiliki makna penting. Makna mendalam menjadi pertimbangan dalam pembelian kaos anak Parental Advisory. Pertimbangan para konsumen selain menganggap unik dari segi konsep dan makna adalah melihat warna yang cenderung gelap. Mayoritas konsumen memiliki anak laki-laki sehingga kaos dengan warna gelap dianggap sesuai untuk memperlihatkan kepribadian anak laki-laki yang terlihat maskulin. Beberapa konsumen memang mencari kaos yang

sesuai dengan kepribadian orang tua yang senang dengan hal tidak biasa. Mereka merasa kaos ini sesuai dengan jiwa orang tua dan menjadi jawaban dari kaos yang selama ini mereka cari untuk anaknya. Tidak ada kekhawatiran terhadap efek yang akan terjadi karena kejadian buruk tidak menimpa mereka.

METODE

Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis deskriptif dan dipaparkan secara interpretatif. Penelitian ini akan menghasilkan kajian dari data-data yang telah didapatkan berdasarkan penuturan konsumen mengenai pemahaman mereka terhadap tulisan, gambar, dan warna kaos anak Parental Advisory. Data-data yang telah didapatkan diinterpretasi menggunakan teori persepsi dan teori semiotika Barthes.

Sumber data didapatkan dari desainer dan konsumen kaos anak Parental Advisory. Data-data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi literatur. Penelitian diawali dengan studi literatur dan mengumpulkan data-data terkait dengan objek yang akan dikaji. Terdapat 43 desain kaos anak yang sudah pernah diproduksi oleh Parental Advisory. Dari 43 desain, terdapat 16 desain kaos yang paling banyak terjual.

Enam belas desain tersebut dianalisis dengan menggunakan semiotika Roland Barthes. Selain itu enam belas desain kaos anak Parental Advisory menjadi acuan pertanyaan untuk mewawancari konsumen.

Setelah menganalisis tulisan, gambar, dan warna pada kaos anak Parental Advisory secara semiotika lalu dilanjutkan dengan analisis interpretasi konsumen. Proses persepsi sampai dengan interpretasi dianalisis secara mendalam. Proses terakhir adalah membandingkan hasil analisis semiotik dengan interpretasi konsumen. Hal ini dilakukan untuk melihat pemahaman konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi interpretasi konsumen dalam melihat makna pada kaos anak Parental Advisory.

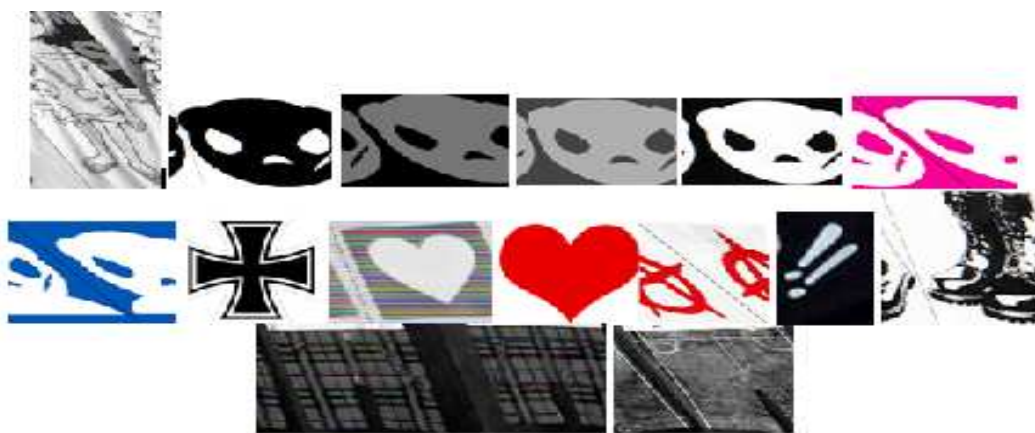
Untuk menganalisis kaos anak Parental Advisory berdasarkan semiotika Barthes, setiap kaos dibagi menjadi empat bagian yaitu kaos, tulisan, gambar, dan warna. Setiap bagian diurai berdasarkan penanda, petanda, dan denotasinya. Pada tahap konotasi, petanda dihubungkan dengan budaya Indonesia sehingga memunculkan mitos.



Gambar 2 Kaos anak Parental Advisory yang dijadikan objek analisis



Gambar 3 Tulisan pada kaos anak Parental Advisory yang dijadikan objek analisis



Gambar 4 Gambar pada kaos anak Parental Advisory yang dijadikan objek analisis



Gambar 5 Warna-warna pada kaos anak Parental Advisory yang dijadikan objek analisis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis semiotika terhadap 16 kaos anak Parental Advisory didapatkan hasil sebagaimana tabel I.

Mitos yang dimaksud Barthes muncul dalam beberapa gambar pada kaos Parental Advisory, di antaranya:

a. Secara denotasi, lambang anarki merupakan sebuah lambang yang bertuliskan huruf "A" kapital berwarna merah yang diletakkan bersamaan dengan sebuah lingkaran. Secara konotasi, lambang tersebut oleh masyarakat dihubungkan dengan sifat kekerasan atau sikap seseorang yang suka merusak dan menghancurkan apa yang ada di sekitarnya.

b. "XXX" dapat dipandang sebagai tulisan biasa, tetapi masyarakat tertentu bisa memandangnya sebagai suatu lambang, baik lambang pornografi atau lambang *straitedge*.

c. Warna gelap seperti hitam dan cokelat tua diidentikan oleh masyarakat Indonesia sebagai warna yang melambangkan duka cita. Umumnya warna hitam diasosiasikan dengan sifat negatif. Pada kenyataannya warna gelap bukan hanya menunjukkan kesedihan dan kehancuran tetapi bisa memperlihatkan kekuatan dan keahlian, formal, tegas, kukuh, menunjukkan sesuatu yang klasik, abadi, dan warna hitam identik dengan maskulinitas.

Menurut analisis semiotika terlihat bahwa lambang anarki, tulisan "XXX", dan warna gelap pada kaos anak Parental Advisory merupakan sebuah kode budaya yang bisa dimaknai secara konotasi. Bukan hanya secara khusus berhubungan dengan punk, tetapi secara umum masyarakat Indonesia juga bisa melihat kode budaya yang sama dengan beberapa makna konotasi berbeda.

Analisis interpretasi konsumen terhadap kaos anak Parental Advisory

Analisis dimulai dari proses

persepsi karena interpretasi tidak bisa dipisahkan dari proses tersebut. Dalam proses persepsi sampai dengan konsumen menginterpretasi tulisan, gambar, dan warna pada kaos anak Parental Advisory terdapat banyak faktor yang memengaruhi.

a. Stimulus

Konsumen menerima stimulus dari sesuatu yang mereka lihat, dengar, dan rasakan. Fokus penelitian ini adalah stimulus dari sesuatu yang konsumen lihat yaitu tulisan, gambar, dan warna pada kaos anak Parental Advisory. Dari stimulus yang konsumen dapatkan, mereka akan memasuki bagian perhatian selektif dan terpaan selektif. Perhatian selektif didapatkan ketika konsumen memilih kaos anak yang paling mereka sukai dan sesuai dengan kehendak konsumen tersebut. Jika kaos sudah didapatkan sesuai dengan tulisan, gambar, warna, dan ukuran yang diinginkan, konsumen akan merasa puas sehingga memasuki proses terpaan selektif (*selective exposure*).

b. Seleksi

Dalam tahap seleksi, berdasarkan hasil wawancara terdapat tiga faktor eksternal yang memengaruhi konsumen dalam memilih kaos anak Parental Advisory dari segi tulisan, gambar, dan warna, yaitu *contrast* (kontras), *novelty* (kebaruan), sosial budaya. Mayoritas desain grafis yang disuguhkan oleh desainer Parental Advisory memakai warna-warna kontras seperti latar belakang hitam dengan tulisan berwarna putih atau sebaliknya. Ukuran tulisan juga dibuat cukup besar di daerah dada. Hal ini membuat tulisan mudah dilihat dan dibaca. Faktor tersebut menjadi salah satu alasan konsumen memilih kaos anak Parental Advisory untuk dikenakan kepada anak mereka. Dalam hal kebaruan, konsumen menganggap kaos anak Parental Advisory sebagai jawaban pencarian mereka selama ini

TABEL I ANALISIS DENOTASI DAN KONOTASI TERHADAP OBJEK PENELITIAN

No.	Objek analisis	Denotasi	Konotasi
1	Kaos	Kaos anak berwarna hitam, putih, cokelat tua, dan merah muda berlengan pendek. Selain itu ada juga kaos anak berlengan pendek dengan potongan jumper berwarna hitam, putih, kuning, hitam kombinasi hijau, putih kombinasi kotak-kotak, putih kombinasi motif denim.	Secara konotasi kaos merupakan penutup badan, dan sesuatu yang bisa menutupi anggota tubuh agar tidak terlihat. Kaos juga bisa menunjukkan jati diri seorang anak, dan mencerminkan pribadi orangtua sebagai orang yang bertanggung jawab dalam memakaikan pakaian kepada anaknya.
2	Tulisan	Tulisan mayoritas menggunakan bahasa Inggris. Dilihat dari denotasi dan diartikan dalam bahasa Indonesia hampir semua kalimat mengandung arti positif karena tidak ada faktor psikologis seperti perasaan, emosi, atau keyakinan di dalamnya.	Secara konotasi ternyata setengah dari tulisan yang tercantum dalam kaos anak Parental Advisory memiliki konotasi positif dan setengah lagi memiliki konotasi negatif. Hal ini terjadi karena dua faktor. Faktor pertama, tidak semua kata memiliki arti negatif jika dilihat berdasarkan kamus. Begitu juga dalam budaya Indonesia tidak diartikan negatif. Faktor kedua, semua tulisan bisa dibaca terpisah dengan gambar atau warna. Jika disatukan dengan gambar atau warna, mayoritas tulisan akan menghasilkan citra negatif.
3	Gambar	Gambar yang terdapat pada kaos anak Parental Advisory yang terdiri atas simbol berbentuk "hati" berwarna merah, simbol "hati" berwarna putih di dalam kotak berwarna merah, logo Parental Advisory berupa simplifikasi kepala panda, dan simplifikasi kepala panda ditambah dengan bagian leher dan bahu. Selain itu, terdapat gambar seorang anak yang memakai baju compang-camping, menggunakan sandal jepit, wajah penuh luka, rambut berantakan, dan tatapan mata kosong. Dia memegang boneka yang rusak dan terlihat lusuh. Dilehernya melingkar rantai dan gembok berukuran besar. Gambar yang lain adalah lambang anarki yang menurut kamus Oxford adalah tanpa pemerintahan, pengekangan, dan kekuasaan. Ada pula gambar yang mengimitasi motif tartar, rantai yang disablon seolah-olah tersambung dari bagian depan ke belakang, gambar berupa tanda seru, gambar sepatu boot tinggi dan terdapat garis menyerupai salib berwarna hitam di sisi kiri dan kanan tulisan "SKINHEAD". Yang terakhir, gambar menyerupai celana berbahan denim.	Gambar yang tercantum pada kaos anak Parental Advisory mayoritas menghasilkan citra negatif karena memperlihatkan ekspresi kemarahan, kekerasan, dan kesedihan. Seperti logo Parental Advisory yang digambarkan berupa kepala panda, kepala panda ini merupakan simplifikasi binatang panda yang sebenarnya. Oleh masyarakat Indonesia kebanyakan, ekspresi yang terdapat pada wajah panda tersebut dipersepsi sebagai ekspresi kemarahan. Ekspresi ini diperlihatkan oleh logo Parental Advisory dengan mata yang digambarkan mengarah ke atas seperti memicingkan mata, bentuk garis hidung yang turun, dan terdapat cakaran di pipi.
4	Artefak	Hitam, cokelat tua, biru motif denim, merah, putih, hijau, kuning, dan merah muda.	Secara warna, kaos anak Parental Advisory menghasilkan dua citra yaitu positif dan negatif. Sebagai contoh, di Indonesia warna hitam memiliki citra positif karena dianggap terlihat kuat dan tangguh sesuai mitos maskulinitas pada laki-laki. Di sisi lain hitam juga memiliki citra negatif. Hitam diidentikkan dengan kesedihan, suram, kehancuran, dan kegelapan. Sementara itu, putih di Indonesia memiliki citra positif yaitu menunjukkan kesucian, bersih, dan tulus. Namun, jika digabungkan dengan tulisan atau gambar yang memiliki citra negatif, warna putih tidak lagi menampakkan sebuah kesucian.

terhadap kaos anak yang memiliki kesan maskulin. Mereka menganggap tidak pernah ada kaos anak yang memakai konsep punk. Selama ini kaos punk hanya dikenakan oleh orang dewasa dan Parental Advisory mengaplikasikan desain punk ini sebagai kaos anak-anak. Dengan demikian, kebaruan yang disuguhkan termasuk dalam *kontekstual novelty*.

c. Organisasi

Pada tahap pengorganisasian informasi, konsumen sudah memiliki informasi di dalam pikiran mereka. Para orang tua mengingat beberapa hal yang berhubungan dengan identitas komunitas punk dan unsur yang berhubungan dengan maskulinitas. Bukti ini ditunjukkan dengan komentar mereka terhadap gambar-gambar yang tercantum pada kaos Parental Advisory, seperti gambar sepatu boot dan motif tartan kombinasi warna hitam dan merah yang diidentikkan sebagai identitas punk. Warna kaos yang dipilih konsumen juga cenderung gelap karena selama ini stimulus yang mereka terima adalah warna hitam yang dihubungkan dengan konsep maskulinitas. Konsumen memersepsi kaos anak Parental Advisory dan menggabungkannya dengan potongan-potongan informasi atau stimulus yang sudah diterima sebelumnya, seperti gambar dan penampilan yang dihubungkan dengan citra kelompok tertentu dan warna yang dikaitkan dengan jenis kelamin tertentu.

d. Interpretasi

Setelah tahap seleksi dan organisasi, tahap terakhir analisis dalam proses persepsi adalah interpretasi. Seperti yang telah disebutkan dalam teori, pengalaman merupakan persepsi. Semua peristiwa yang dialami konsumen menjadi salah satu faktor pembentuk persepsi dan dapat memengaruhi interpretasi kata, gambar, dan warna pada kaos anak Parental Advisory. Salah satu pengalaman yang paling

banyak dirasakan para konsumen adalah kesulitan mencari pakaian, dalam hal ini kaos, yang bisa mewakili citra maskulin pada anak laki-laki mereka. Sampai akhirnya mereka menemukan kaos anak Parental Advisory dengan kata, gambar, dan warna yang mereka interpretasi sebagai kaos yang identik dengan anak laki-laki.

Kaos diinterpretasi oleh konsumen sebagai pakaian yang menutupi tubuh anak. Beberapa responden menjawab bahwa kaos dengan desain tertentu bisa membuat pemakainya terlihat lebih menarik di mata orang lain. Kaos anak yang menarik dan mengagumkan bisa meningkatkan citra anak menjadi lebih baik dan membuat orang tua bangga. Hal ini sejalan dengan hasil interpretasi tanda berdasarkan kajian semiotika yaitu makna konotasi kaos sebagai penutup badan agar anggota tubuh tertentu tidak terlihat, bisa menunjukkan jati diri seorang anak, dan mencerminkan pribadi orang tua sebagai orang yang bertanggung jawab memakaikan pakaian kepada anaknya.

Selain interpretasi mengenai kaos, terdapat pembahasan yang berhubungan dengan interpretasi tulisan, gambar, dan warna dilihat berdasarkan konsumen dan kajian semiotika. Analisis ini dibutuhkan untuk mengetahui adanya perubahan makna antara interpretasi konsumen dan makna berdasarkan semiotika.

Perbandingan Persepsi Antara Konsumen Parental Advisory dan Hasil Kajian Semiotika

Secara semiotik, tanda dilihat berdasarkan budaya masyarakat pada umumnya yaitu budaya masyarakat Indonesia. Jika dikaitkan dengan semiotik, kata-kata tabu seperti *fuck* dalam *Where's my fucking milk* dan *Fuck beer drink milk* secara konotasi bisa berarti bahwa orang yang berkata hal ini seolah-olah memperlihatkan hal yang paling pribadi dari seorang perempuan.

Kata ini juga berhubungan dengan seksualitas, mengumpat, dan sumpah serapah sehingga kata tersebut memiliki konotasi negatif. Begitu juga dengan kata *penis* dalam *I have penis*. Kata ini dianggap tabu jika dikatakan bukan pada forum ilmiah. Pencantuman kata-kata tabu serta pemakaian karakter huruf tebal dan kapital membuat anak seakan-akan menyampaikannya dengan lantang, berteriak, dan lugas tanpa sensor. Pencantuman kata tabu pada sebuah kaos membuat citra kaos menjadi negatif. Hal ini berdampak pada citra kalimat lain yang terdapat pada kaos, seperti kalimat “Parental Advisory” yang merupakan nama merek. Citra merek menjadi ikut berkesan negatif. Begitu pula gambar dan warna pada kaos menjadi terlihat negatif. Unsur parodi terdapat pula pada kalimat-kalimat di dalam kaos anak Parental Advisory. Namun, parodi tersebut dianggap kurang sopan karena menggunakan kata tabu dan sindiran di dalamnya. Sindiran yang kurang sopan membuat orang tua dipandang kurang baik mendidik anak. Terdapat kesan bahwa pemakaian kata yang cenderung kasar membuat kaos anak Parental Advisory lebih cocok dikenakan oleh anak laki-laki.

Konsumen menginterpretasi tulisan pada kaos anak Parental Advisory sebagai media yang bisa menyampaikan kampanye. Seperti yang tercantum di antaranya kampanye mengenai air susu ibu (ASI), antirokok, antiminuman keras dan obat-obatan terlarang, antipenjualan manusia, kampanye untuk tidak membedakan manusia berdasarkan ras, kampanye bangga kepada orang tua, pengenalan jenis kelamin pada anak, dan yang terakhir pengenalan citra punk yang positif untuk masyarakat luas melalui kaos anak. Kalimat Parental Advisory yang selalu ada di semua kaos dianggap sebagai identitas merek sekaligus konsep kaos yang bisa mengedukasi orang lain, lebih tepatnya orang tua.

Kalimat-kalimat pada kaos anak Parental Advisory diinterpretasi sebagai kalimat yang memiliki makna mendalam, menarik untuk dibaca, terkesan menyindir tetapi memakai peng gayaan humor. Banyak juga konsumen yang beropini bahwa kata-kata tabu merupakan kata yang mewakili isi hati dan bisa menunjukkan suatu kebencian terhadap masalah yang dianggap biasa di masyarakat seperti rokok dan minuman beralkohol. Dengan kata-kata tabu, konsumen berharap orang lain bisa memperhatikan kalimat tersebut sehingga makna bisa tersampaikan dengan efektif dan efisien. Kalimat yang tercantum pada kaos lebih banyak menggunakan bahasa Inggris. Hal ini dianggap lebih menarik daripada bahasa Indonesia. Karakter huruf juga dianggap cocok dengan konsep punk dan berkesan maskulin. Secara semiotik, pemakaian bahasa Inggris pada kalimat bisa bermakna konotatif yaitu orang yang memakai kaos ini ingin terlihat modern, bukan hanya anaknya melainkan orang tua juga ingin terlihat mengagumkan. Dengan pemakaian bahasa Inggris, kata tabu, karakter huruf yang tebal, kapital, dan ukuran yang cukup besar, seolah-olah anak dan orang tua ingin menjadi pusat perhatian.

Berdasarkan analisis semiotik, logo Parental Advisory memiliki unsur kekerasan. Hal itu terlihat dari tanda cakaran di pipi dan ekspresi amarah dengan garis mata mengarah ke atas. Hal ini bisa membuat citra anak yang polos bisa berubah menjadi anak yang sering memperlihatkan ekspresi kemarahan. Anak sering memicingkan mata dan seolah-olah selalu memaksakan kehendak dirinya. Sebuah garis secara semiotik bisa membingkai kata agar para pembaca bisa fokus pada kalimat tetapi konsumen hanya menganggap garis ini sebagai elemen dekoratif tanpa makna apa pun.

Hanya sedikit gambar yang terdapat pada kaos anak Parental Advisory yang diinterpretasi oleh konsumen sebagai gambar yang berhubungan dengan punk. Mayoritas konsumen kurang memahami makna sebenarnya dari gambar, lambang, atau simbol yang terdapat pada kaos tersebut. Misalnya logo Parental Advisory yang berupa simplifikasi kepala dan wajah panda yang memperlihatkan ekspresi amarah hanya diinterpretasi sebagai identitas merek dagang. Lambang anarki dan iron cross juga hanya dianggap elemen dekoratif yang serasi dengan konsep punk. Ada beberapa gambar yang memperlihatkan kekerasan dan kesedihan tetapi para konsumen ini tidak memiliki ketakutan dalam diri mereka. Mereka tidak merasa khawatir jika gambar bisa memengaruhi psikologi anak yang memakai kaos tersebut. Gambar anak yang lusuh dan memakai kalung rantai dengan tatapan kosong, contohnya, dianggap sesuai dengan konsep kampanye antipenjualan manusia khususnya anak-anak. Ada beberapa gambar yang pemaknaannya sama antara semiotika dan interpretasi konsumen, di antaranya simbol hati yang dimaknai kasih sayang, tanda seru yang secara konotatif bermakna hentakan dan peringatan seseorang kepada orang lain. Secara umum orang tua yang memakaikan pada anaknya kaos dengan lambang-lambang tertentu dianggap mengerti dengan gambar-gambar yang tercantum dalam kaos tersebut karena memengaruhi citra anak dan orang tua.

Warna secara semiotik memiliki dua makna yaitu mengarah pada citra positif dan negatif. Contohnya warna hitam bisa bermakna sedih, kegelapan, dan sesuatu yang suram. Di Indonesia warna hitam sering digunakan sebagai lambang duka cita atau warna yang dipakai untuk menghadiri acara kematian. Karena kesan yang kurang

baik, terdapat asumsi bahwa anak yang memakai kaos berwarna hitam memiliki sifat negatif. Anak ini akan memiliki citra buruk, terlihat suram, tidak ceria, sedih, berkesan pemberontak dan nakal. Di sisi lain warna hitam memperlihatkan kekuatan dan keahlian, formal, tegas, kokoh, menunjukkan sesuatu yang klasik, abadi, dan identik dengan maskulinitas.

Seperti halnya warna hitam, warna coklat juga memiliki dua makna yaitu secara konotatif bermakna nyaman, keyakinan, dan keamanan. Warna coklat dapat melambangkan persahabatan karena sifatnya yang mewakili bumi, kedamaian, produktivitas, praktis, kerja keras, kepercayaan, dan kesenangan. Coklat juga memiliki citra negatif yaitu menunjukkan ciri-ciri suka merebut, tidak suka memberi hati, kurang toleran, pesimis terhadap kesejahteraan, dan kesedihan. Sebenarnya di Indonesia warna coklat tidak terlalu dilihat dari sisi negatifnya. Warna coklat ini bisa berkesan negatif atau positif bergantung pada gambar atau tulisan yang melekat pada warna tersebut. Dalam hal ini kaos anak Parental Advisory mengombinasikan warna gelap dengan kata-kata tabu dan gambar yang cenderung bercitra negatif sehingga warna apa pun bisa terlihat kurang baik. Warna coklat yang berkesan bersahabat, putih yang berkesan suci, merah muda, dan hijau muda yang berkesan ceria bisa terlihat mencolok, sangat menarik perhatian, dan terlihat negatif di mata orang lain jika dikombinasikan dengan kalimat dan gambar yang menunjukkan kekerasan.

K o n s u m e n m e m i l i k i interpretasi sendiri terhadap warna hitam dan coklat tua yang terdapat pada kaos anak Parental Advisory. Mereka melihat bahwa kaos anak dengan warna-warna gelap bisa mewakili pribadi anak laki-laki yang tangguh, kuat, dan memperlihatkan maskulinitas yang

memang seharusnya ditunjukkan oleh seorang anak laki-laki. Warna-warna gelap pada kaos anak yang jarang terlihat di pasaran dianggap sebuah keunikan dan menjadi jawaban para orang tua yang selama ini ingin berpenampilan lain dari biasanya. Warna putih atau warna cerah tanpa tulisan atau gambar yang menarik hanya dianggap warna biasa tanpa ada makna apa pun. Namun, warna putih atau warna-warna cerah lainnya bisa menjadi unik jika dikombinasikan dengan tulisan dan gambar yang memiliki makna mendalam.

e. Respons

Respons pada awal konsumen melihat tulisan, gambar, dan warna pada kaos anak Parental Advisory bisa jadi berbeda setelah mereka diberikan penjelasan oleh desainer. Pertama kali melihat kaos itu beberapa di antara mereka hanya tersenyum atau tertawa bersamaan dengan membaca dan berpikir mengenai kata dan gambar yang terdapat pada kaos. Pada akhirnya mayoritas konsumen paham akan makna gambar dan tulisan kaos anak Parental Advisory dan merespons positif karena dianggap sesuai dengan konsep maskulinitas anak laki-laki. Maskulinitas ini berhubungan dengan gender (Budiman, 1999:104) yang merupakan konstruksi sosial budaya yang dibentuk melalui proses panjang dalam kehidupan berbudaya. Tidak heran jika konsep gender ini sangat berkaitan erat dengan mitos. Seperti yang sudah disebutkan dalam teori semiotika bahwa mitos berhubungan dengan nilai-nilai ideologi, budaya, moral, dan spiritual yang sebenarnya memiliki makna arbitrer. Konsep maskulinitas tersebut dipertahankan secara kultural di Indonesia dan diaplikasikan pada kaos anak Parental Advisory sehingga konsumen yang mayoritas memiliki anak laki-laki membeli dan memakaikan kaos tersebut pada anaknya.

SIMPULAN DAN SARAN

Secara semiotik, kata yang tercantum pada kaos anak Parental Advisory bisa bermakna positif atau negatif. Hal ini disebabkan pada tahapan konotatif terdapat faktor psikologis dan budaya di dalamnya. Oleh karena itu, muncullah mitos yang berkembang di masyarakat. Seperti tulisan “XXX” bisa dipandang hanya sebagai huruf yang bertuliskan “X” berjumlah tiga buah, tetapi masyarakat bisa menginterpretasi “XXX” sebagai lambang yang berhubungan dengan pornografi. Tidak hanya itu, tulisan ini juga bisa dipandang oleh kelompok tertentu, dalam hal ini kelompok punk, sebagai lambang yang menunjukkan bahwa dia adalah seorang *straitedge*. Hal ini berlaku pada gambar dan warna yang terdapat pada kaos anak Parental Advisory. Tulisan, gambar, dan warna pada kaos anak Parental Advisory merupakan sebuah kode budaya yang bisa diartikan berbeda oleh setiap orang.

Pada analisis semiotik juga terlihat bahwa sebuah kata, gambar, atau warna bisa bermakna positif jika berdiri sendiri. Namun, bisa bermakna negatif jika kata, gambar, atau warna tersebut disatukan. Contohnya, warna hitam bisa diidentikkan dengan kegagahan seorang laki-laki atau konsep maskulinitas. Jika warna disatukan dengan tulisan *fuck* warna hitam akan dikonotasikan sebagai warna yang suram dan kasar. Kata tersebut memang menjadi perhatian khusus pada kaos anak Parental Advisory karena secara semiotik di mana pun kata itu ditempatkan, kata itu akan berkonotasi negatif.

Jika secara semiotik sebuah kata, gambar, dan warna bisa memiliki dua makna yaitu negatif dan positif, lain halnya dengan interpretasi konsumen. Mayoritas orang tua yang membeli kaos anak Parental Advisory menginterpretasi kata, gambar, dan warna secara positif. Hal ini disebabkan beberapa faktor

utama yaitu faktor kebutuhan. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan akan aktualisasi diri. Kaos anak Parental Advisory diinterpretasi oleh konsumen sebagai kaos yang menarik perhatian, memiliki makna mendalam, desain yang unik, dan dianggap mewakili gaya maskulin laki-laki sehingga kaos ini membuat orang tuanya merasa berbeda dari orang tua kebanyakan. Mereka merasa bangga dengan dirinya sendiri dan juga anaknya. Selain itu, usia juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi persepsi terhadap makna kata, gambar, dan warna pada kaos anak Parental Advisory. Mayoritas konsumen Parental Advisory memasuki usia dewasa muda. Secara psikologis mereka yang memasuki usia ini masih memiliki keinginan untuk mencoba segala hal termasuk memakaikan kaos atau pakaian kepada anak sesuai dengan sisi egois orang tua. Selain faktor kebutuhan dan usia, ada pula faktor pengalaman yang menjadi salah satu faktor utama. Hal ini karena seluruh stimulasi yang pernah dilihat, didengar atau dirasakan terkumpul dalam ingatan dan menjadikannya pelajaran serta pengalaman dalam hidup. Sulitnya mencari kaos yang sesuai dengan citra maskulinitas seorang laki-laki menjadi salah satu pengalaman yang membentuk interpretasi konsumen terhadap kata, gambar, dan warna pada kaos anak Parental Advisory.

Dari segi pemahaman konsumen, jika dilihat berdasarkan semiotik, orang tua cukup memahami makna kata, gambar, dan warna pada kaos anak Parental Advisory. Hanya ada beberapa gambar yang tidak dipahami atau tidak dimaknai secara mendalam oleh orang tua, seperti logo Parental Advisory hanya diinterpretasi sebagai merek dagang, sedangkan lambang anarki dan *iron cross* hanya dianggap sebagai elemen dekoratif. Dari seluruh pembahasan dapat ditarik simpulan bahwa tidak ada

perubahan makna berdasarkan kajian semiotik terhadap interpretasi konsumen. Hal ini terjadi karena tulisan, gambar, dan warna bisa memiliki banyak makna dan menghasilkan dua citra yaitu positif dan negatif. Mereka paham terhadap makna desain tulisan, gambar, dan warna pada kaos anak Parental Advisory. Konsumen hanya melihat dari salah satu sisi karena terdapat faktor-faktor bersifat psikologis yang memengaruhi proses interpretasi seperti pengalaman dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Semua unsur tersebut menyebabkan konsumen menginterpretasi kaos anak Parental Advisory secara positif.

Sebuah kata, gambar, dan warna dapat memiliki banyak makna. Namun, sudah seharusnya unsur desain pada kaos anak tersebut bisa membuat citra diri lebih baik di mata orang lain. Desainer sebagai manusia yang menjadi bagian dari masyarakat Indonesia sepatutnya bisa membuat suatu karya yang bisa meningkatkan nilai moral dan religiusitas. Hal ini sangat penting dilakukan agar masyarakat Indonesia senantiasa memiliki karakter yang baik dan kuat.

Di samping sebagai media pembelajaran bagi anak melalui orang tua, kaos juga diharapkan bisa memperbaiki kepribadian orang yang melihatnya. Walaupun Indonesia memiliki budaya dan pandangan hidup yang berbeda-beda, tetap saja masyarakat pada umumnya masih menginginkan pesan yang positif untuk diaplikasikan pada kaos yang akan dikenakan anaknya. Indonesia dengan masyarakatnya yang agamis dan memiliki moral yang baik, mengajarkan setiap orang untuk bertutur kata sopan, santun, dan selalu berusaha memperlihatkan hal-hal positif. Apalagi kepada anak, orang tua diwajibkan mengajarkan hal baik untuk anak-anaknya. Apa pun yang diberikan kepada anak mengandung doa, mulai dari

nama, makanan, sampai dengan barang kebutuhan lain seperti kaos. Jangan sampai ada celah kesalahan dalam mendidik anak. Anak-anak tidak boleh mengetahui hal-hal yang sepatutnya belum layak mereka ketahui. Citra anak yang baik, polos, dan menggemaskan jangan dirusak oleh keegoisan orang tua. Memilih dan menimbang kaos anak yang terbaik lebih penting daripada hanya kesenangan sesaat dari orang tua.

Desainer diharapkan bisa membuat kaos anak yang tidak bermakna ambigu terlebih dari segi kata-kata dan gambar karena pada kedua unsur ini sangat besar terjadi kemungkinan multipersepsi. Penelitian yang dilakukan hanya berhubungan dengan tulisan, gambar, dan warna pada kaos anak bergaya punk. Penelitian selanjutnya bisa membahas elemen desain yang berhubungan dengan subkultur yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, C. (2011). *Cultural Studies. Teori & Praktik*, Bantul: Kreasi Wacana.
- Brunel, Charlotte. (2002). *The T-Shirt Book*. New York: Assouline Publishing, Inc.
- Budiman, K. (1999). *Feminografi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Creswell, Jhon W. (2013). *Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Darmaprawira, Sulasmi. *Warna. Teori dan Kreatifitas Penggunaannya*. Edisi ke-2. Bandung: ITB
- Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Graves, Maitland. (1952). *Color Fundamental. With 100 Color Schemes*. First Edition. USA: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Jones, Mablen. (1987). *Getting It On. The Clothing of Rock n' Roll*. New York: Abbeville Press, Inc.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Piliang, Y. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya Makna*. Bandung: Matahari.
- Rakhmat, J. (2001). *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Robb, J. 2012. *Punk Rock An Oral History*. Oakland: PM Press.
- Sobur, Alex. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wood, T. Robert. (2006). *Straightedge Youth. Complexity and Contradictions of a Subculture*. New York: Syracuse University Press.