

Media Sosial, Alat Komunikasi Alternatif Suara Wanita: Satu Kajian Mengenai Peranan Wanita Berhijab dalam Sub-Budaya Muzik *Metal* di Indonesia

RIZKY HAFIZ CHANIAGO
Universiti Pendidikan Sultan Idris

ABSTRAK

Peranan wanita dalam dunia sub-budaya terutama komuniti bawah tanah hingga sekarang ini masih dianggap kecil terutama di negara Timur yang penduduknya majoriti beragama Islam seperti Indonesia. Pengaruh media popular mengenai citra negatif seakan menutupi suara kecil golongan wanita yang berada dalam lingkungan sub-budaya sehingga masyarakat pada umumnya tidak mengetahui mengenai keterlibatan mereka dalam arena sub-budaya. Selepas runtuhnya rezim orde baharu, media massa di Indonesia semakin bebas akan penyiaran pelbagai maklumat, tidak sedikit daripada media yang menyudutkan wanita sub-budaya *metal* beserta elemennya. Imej negatif semakin kuat manakala kaum wanita berhijab ikut dalam kebudayaan tersebut diantaranya sub-budaya muzik *metal*. Alasan lain yang mungkin boleh dikaitkan dengan penolakan ini adalah citra wanita berhijab dengan kaum yang anggun dan terhormat sangat berbeza dengan citra sub-budaya *metal* yang penuh akan nuansa pemberontakan justeru masih dianggap pantangan di mata masyarakat pada umumnya. Pesatnya kemajuan media baharu seperti media sosial membuka peluang bagi kaum wanita berhijab untuk terlibat dalam sub-budaya muzik *metal* dan lebih aktif menyuarakan ideologi serta bakat mereka. Kajian ini menganalisis bagaimana cara kaum wanita berhijab yang tergabung dalam komuniti *metal* di Indonesia mengkomunikasikan suara mereka melalui pelbagai macam media sosial. Dengan bermunculannya pelbagai media sosial kaum wanita berhijab dapat menyajikan maklumat secara bebas terkait dengan pencitraan golongan wanita demi menangkis imej negatif tentang sub-budaya muzik *metal* di mata masyarakat.

Kata kunci: *Media sosial, sub-budaya, muzik metal, hijab, wanita.*

Social Media, Alternative Communication Tools for Women's Voice: The Study of Women's Veiled Role in Metal Subculture Music Indonesia

ABSTRACT

The role of women in the world of subculture, especially underground community to this day is still considered little, especially in Eastern countries where the majority of people are Muslim. The influence of popular media on negative images seems to diminish the minority voice of women within the community so that the general public is unaware of their participation in subcultures. After the collapse of the New Order regime, mass media in Indonesia became increasingly free to broadcast their content, most media that cornered metal subculture women and its elements. Negative images are getting stronger when women in hijab participate in metal subculture. The reason for that rejection is due to the perception image of the lady with the graceful and distinguished people is very different from the subcultural image of metal full of nuances of rebellion, which is still considered taboo in the eyes of society in general. The rapid progress of new media opens opportunities for women to be involved in metal music sub-culture and more actively voicing their ideologies and talents. This study analyzes the way women practiced in metal communities in Indonesia communicate their voices through various social media. With the emergence of various social media the veiled women can present freely ties associated with the

image of women's groups in order to fend off the negative image of the subculture of metal music in the eyes of public.

Keywords: *Social media, subculture, metal music, veil, women.*

PENGENALAN

Konsep *alternative voices* (suara alternatif) khususnya golongan wanita Islam telah dikaji oleh Calderini (2008). Dalam penelitiannya tentang Islam dan kepelbagaian, beliau mengkaji dua akademisi perempuan yang mempunyai pandangan mengenai Islam kontemporer daripada aspek gender. Pada kesimpulannya, isu kepemimpinan, sosial, budaya, minoriti yang terjadi bukanlah mesej yang sebenar daripada konteks Islam, namun konsekuensi keadaan politik, historis, dan tradisi (termasuk patriarki) yang membuatnya menyimpang daripada konteks agama yang asli/murni. Oleh itu, suara alternatif yang disuarakan oleh golongan wanita Islam (muslimah) bertujuan untuk mendapatkan keadilan gender, tidak sebagai pembangkangan terhadap norma dan nilai Islam. Selanjutnya, pembahasan suara alternatif telah berkembang di era globalisasi sekarang ini, pelbagai macam platform menjadi medium untuk bersuara dan berpendapat.

Di era teknologi digital sekarang ini ternyata ada ruang bagi golongan wanita untuk keluar daripada cengkaman media arus perdana yang kerap mengetepikan peranan kaum wanita daripada pelbagai aspek. Kehadiran teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) membuat golongan wanita mempunyai media alternatif untuk bersuara. Media arus perdana sangat sedikit memberi ruang untuk tayangan mahupun kebebasan kepada kaum wanita untuk menunjukkan identitinya, oleh sebab itu munculnya sosial media seperti *Facebook*, *Twitter* serta *YouTube* boleh menjadi medium penting sebagai suara alternatif kaum wanita. Menurut Ragusa dan Ward (2016), asas komuniti dalam talian menjadi penghubung ketika berlaku jurang antara identiti sosial dengan masyarakat umum, perluasan teknologi maklumat memungkinkan terlibatnya interaksi sosial serta meminimumkan diskriminasi.

Di sisi lain, Iswara dan Pratiwi (2003), sejak tahun 1970-an sejumlah tokoh feminis Barat telah mengamati dengan serius kekuatan media massa dan menganalisis industri tersebut sebagai kekuatan amat penting dalam perjuangan hak kaum wanita, ini disebabkan oleh media massa memiliki kekuatan diskursif tentang gender terbukti ketika melihat iklan yang terus menyebar luas mitos "wanita masa kini". Namun, pada hakikatnya tidak mudah untuk selalu menyangkan maklumat tentang kekuatan kaum wanita di Indonesia kerana golongan tersebut harus berhadapan dengan pandangan yang lebih kuat di mana masyarakat masih terbelenggu oleh pandangan patriarki dan dominasi maskulin. Keadaan ini justeru membuat representasi golongan wanita dalam media massa menjadi diketepikan seperti kes penyanyi dangdut Inul Daratista. Inul Daratista adalah penyanyi dangdut yang berasal daripada Pasuruan Jawa Timur Indonesia, beliau di kenal sebagai Ratu "Ngebor".

Menurut Oetomo (2003) identiti Inul sebagai penyanyi dangdut telah diubah dengan goyangan yang seksi dan senyuman yang sensual, dengan ini menjadi komoditi patriarkis iaitu kaum lelaki sebagai konsumer utamanya. Hal ini sudah tentu dapat memberikan kesan negatif terhadap golongan wanita, kerana mereka menjadi korban pasif daripada media massa. Nasib yang serupa juga dialami para wanita yang tergabung dalam sub-budaya muzik *metal* bawah tanah, kesan negatif muncul oleh kontsruksi media massa yang membingkai wajah golongan wanita *metal* dengan imej yang menyimpang. Melakukan gerakan

perlawanan (*counter culture*) terhadap kapitalisme media massa sememangnya tidak mudah, namun terkait penggunaan media sosial sebagai sebuah medium baharu kepada suara golongan wanita menjadi sebuah fenomena sosial yang menarik untuk dikaji lebih dalam.

SOROTAN KAJIAN LEPAS

Dalam dua dekad terakhir selepas era CCCS (Contemporary Centre of Cultural Studies) berakhir, kajian akademik mengenai sub-budaya dalam jurnal saintifik kajian budaya, feminis dan komunikasi tidak berkembang banyak berbanding kajian akademik budaya popular, terlebih lagi kajian sub-budaya yang berelasi dengan muzik *metal* dan wanita. Boleh diandaikan sub-budaya tidak mendapat perhatian khusus di kalangan intelektual dan akademik kerana kedudukan sub-budaya yang sedikit diketepikan dalam kajian sosial dan budaya. Terlepas dari kurangnya kajian sub-budaya, masih ada penyelidik kajian budaya yang terlibat dalam kajian sub-budaya daripada pelbagai penjuruan dunia. Di zaman ini, walaupun kajian sub-budaya melibatkan wanita dalam pelbagai disiplin, namun perhatian kepada golongan lelaki masih sangat besar.

Dalam konteks muzik *metal*, Nordstorm dan Herz (2013) meneliti bagaimana golongan wanita muzik *metal* menempatkan kedudukan mereka sebagai gender berbeza dalam sub-budaya muzik *metal* yang pada akhirnya identiti mereka dapat terwujud, penelitian ini dilakukan secara temu bual mendalam dengan beberapa wanita *metalhead* (peminat muzik *metal*) di negara Sweden, dalam penelitian ini ditemukan bahawa *metalhead* wanita memaksa memindahkan kedudukan gender mereka ke tingkat yang lebih tinggi agar setara dengan kedudukan lelaki, oleh sebab itu mereka terus menerus menggunakan produk sub-budaya muzik *metal*, bertindak layaknya identiti lelaki serta menjalankan nilai budaya maskulin agar dapat diterima dalam kebudayaan ini. Secara amnya banyak penyelidikan sub-budaya tertumpu kepada negara-negara di Barat kerana budaya tersebut dilahirkan di rantau ini.

Di Indonesia, literatur akademik yang berfokus pada 'hijabers *metal*' masih tergolong prematur. Tidak ada catatan khusus mengenai jumlah hijabers *metal* di pelbagai kawasan Indonesia. Kumpulan ini baru mula bermunculan di awal tahun 2000 dan hingga kini masih termarginalkan. Komuniti *metal* merupakan ruang publik yang didominasi oleh kaum maskulin, di dalamnya ada ideologi patriarki. Dengan demikian kaum wanita sukar untuk berekspresi menjadi diri mereka sendiri, akhirnya banyak dari mereka yang tidak dapat membuat pilihan selain mengkonsumsi budaya maskulin beserta simbol-simbolnya di ruang pribadi (bilik tidur). Dunia sendiri (*my own world*) di ruang pribadi mungkin menjadi salah satu cara bagi kaum wanita untuk membentuk jati diri demi meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam dunia muzik *metal*. Hanya saja ada permasalahan dalam hal ini yaitu kaum wanita susah untuk berkomunikasi dengan lingkungan sub-budaya *metal* yang membuat identiti mereka menjadi minoriti. Persoalan ini dikarenakan oleh masalah klasik di Indonesia terkait dengan lingkungan keluarga, norma agama, dan adat istiadat.

Pengkajian mengenai sub-budaya muzik *metal* yang berhubungan dengan identiti Islam oleh akademisi luar negara pun masih terbilang kecil, baik kaitannya dengan hijab, muzik, kebudayaan, mahupun politik. Pengkajian mengenai sub-budaya muzik *metal* dalam dunia Islam kali pertama diteliti oleh LeVine (2008), dalam bukunya yang bertajuk *Heavy Metal Islam "Rock, Resistance, and the Struggle for the Soul of Islam"*. Secara garis besar pengkajian ini menganalisis perkembangan golongan muda di Timur Tengah yang ramai

mengonsumsi muzik *metal*, dimana muzik ini menjadi sebuah ungkapan revolusi atas perasaan tertekan dan kondisi otoriter yang mereka alami. Pengkajian ini juga mengeksplorasi pengaruh muzik Barat di negara Timur Tengah melalui temubual mendalam (*in-depth interview*) dengan para seniman muzik *metal* dan juga para peminat muzik *metal* termasuk golongan wanita berhijab.

Selanjutnya, Levine (2009) membuat suatu langkah baharu dengan meneliti pengaruh makna 'Satan' dalam sub-budaya muzik *metal* di bahagian negara Timur Tengah, ia meneliti bagaimana golongan muda Timur Tengah menanggapi pengaruh konten 'Satan' atau 'Syaitan' terhadap dunia umat Muslim, kemudian membahas keadaan politik dan persekitaran sosial yang mempengaruhi perkembangan muzik *metal* sebagai bentuk daripada kesenian. Pada kesimpulannya golongan muda Timur Tengah mendengar mahupun memainkan muzik *heavy metal* atas dasar gaya dan ungkapan revolusi atas perasaan tertekan dan kondisi otoriter yang mereka alami sahaja bukanlah menyebarkan aliran-aliran 'Satanisme' seperti di beberapa negara bahagian Barat sehingga fungsi daripada lirik-lirik 'Satanik' tidak berpengaruh besar dalam komuniti *metalhead* Timur Tengah.

PERMASALAHAN GENDER DALAM SUB-BUDAYA

Kedudukan wanita dalam sub-budaya telah dihujah oleh penyelidik kajian budaya sejak permulaan fenomena ini berkembang. Willis (1977) meneliti bagaimana peranan anak golongan lelaki putih mengikuti proses pembelajaran di sekolah Inggeris di mana kebanyakan mereka menentang peraturan sekolah kerana mereka berpendapat pendidikan hanya untuk bilangan orang yang terhad (golongan elit). Walau bagaimanapun, kajian ini dikritik oleh penyelidik kajian budaya lain. McRobbie dan Garber (1991) mengkritik kajian etnografi terhadap sub-budaya kerana konteks kelas pekerja hanya dianggap kelas pekerja lelaki. Daripada kenyataan ini, kumpulan wanita secara tidak langsung diketepikan oleh golongan lelaki, termasuk dalam dunia penyelidikan akademik. Selepas sub-budaya dan budaya popular berkembang, tidak semua penyelidik kajian budaya meletakkan kedudukan wanita sebagai subjek yang diketepikan. Young (1988), meneroka peranan penyanyi wanita Madonna bagi golongan wanita melalui lirik lagu dan video klip. Menurut beliau, politik Madonna berjaya mencapai stes yang tinggi kerana dapat membentuk imej publik sebagai wanita yang kuat yang dapat memperoleh kuasa atas golongan lelaki.

Seiring berjalannya masa, banyak para penyelidik kajian budaya memberi perhatian kepada norma-norma gender dalam konteks sub-budaya. McRobbie dan Garber (1991) memunculkan isu gender dalam mengartikulasi makna sub-budaya dengan menyatakan hal-hal sebagai berikut; *Pertama*, wanita telah diabaikan oleh peneliti lelaki. *Kedua*, wanita telah diketepikan dalam sub-budaya lelaki. *Ketiganya*, budaya golongan wanita terletak di tempat yang berbeza dengan budaya golongan lelaki. Seterusnya, Huq (2006) juga mempunyai kritikan terhadap kajian CCCS (*Contemporary Centre of Cultural Studies*) Birmingham Inggeris, bahawa golongan wanita kerap dibincangkan sebagai objek seksual oleh golongan lelaki ketimbang peranan aktif mereka dalam komuniti sub-budaya. Dari pelbagai macam analisis mengenai kedudukan wanita dalam sub-budaya, sebahagian besar cenderung untuk meletakkan wanita dalam kedudukan yang rendah. Namun, Brake (1985) melihat daripada sudut pandang yang sedikit objektif dengan menjelaskan bahawa ketiadaan wanita dalam sub-budaya bukan hanya terletak pada persoalan sikap kewanitaan, tetapi berkaitan juga

dengan sedikitnya sumbangan (pengeluaran) mereka terhadap komuniti mahupun aktiviti utama di dalamnya.

Ketidakseimbangan antara penelitian lelaki dan wanita dalam kajian sub-budaya boleh diasumsi kerana keberpihakan penyelidik mengikut gender masing-masing. Brake (1985) menjelaskan bahawa penyelidik lelaki hanya memberi tumpuan kepada remaja lelaki kerana mereka mempunyai gender yang sama. Selain itu, sokongan budaya kelas pekerja lelaki yang didominasi oleh lelaki. Kedudukan sub-budaya yang lahir dari budaya kelas pekerja menjadikan kajian ini bias. Clarke (1975) telah menjelaskan keadaan ini jauh sebelumnya ketika sub-budaya *skinhead* lahir, bahawa nilai utama daripada sub-budaya terdapat pada budaya tradisional kelas pekerja yang diperkuatkan oleh elemen-elemen seperti fesyen, muzik, bola sepak, gaya hidup dan aktiviti golongan lelaki. Hal senada dijelaskan oleh McRobbie dan Garber (1991) bahawa wanita bersifat marginal dalam sub-budaya, itu semua kerana mereka marginal di dalam dunia kerja golongan lelaki, dan ruang lain untuk masuk dan aktif dalam dunia sub-budaya hanyalah majalah wanita. Pencarian kewujudan oleh golongan wanita terhadap golongan lelaki dalam sub-budaya akan terus berlaku selama kebudayaan ini berdiri. Penjelajahan lebih lanjut yang melibatkan simbol kelas kerja sentiasa menepikan wanita.

MEDIA MASSA DAN SUB-BUDAYA

Dalam teori-teori yang diteliti oleh CCCS, budaya popular dengan sub-budaya mendapatkan persoalan yang hampir sama ketika berhadapan dengan media massa. Persoalan kekuasaan dan juga penyimpangan kerap menjadi tantangan berat untuk dilalui. Melalui konsep “kepanikan moral” dan juga “perluasan penyimpangan”, Cohen (1972) menganggap liputan-liputan media berperanan penting dalam menciptakan dan memperkuat imej negatif mengenai penyimpangan sub-budaya golongan muda (dalam Thompson 1998). Media kerap memberi label perilaku sub-budaya dengan sebutan menyimpang atau mengganggu, dan persoalan ini terus berlanjut hingga era millennium sekarang ini. Permasalahan ini kian berkelanjutan mengikut sejarah konflik antara generasi tua dan generasi muda dengan menghukum setiap budaya yang dilabel golongan muda (*youth culture*).

Sebaliknya, hukuman tersebut membuat golongan muda bertindak balas dengan semakin meningkatkan penyimpangan, sehingga suatu lingkaran penolakan penyimpangan menjadi terus bergerak luas, akan tetapi tetap sahaja masuk dalam jeratan media massa. Thornton (1995) membantah konsep yang menjelaskan bahawa sub-budaya anak muda berada di luar lingkaran media massa dan bertentangan dengannya, baginya budaya anak-anak muda dalam erti kata sub-budaya, selalu berada di dalam lingkaran media, bergantung kepadanya bahkan sukar untuk mengabaikannya sehingga membuat rasa kebergantungan yang terus-menerus. Pada kenyataannya, kekuasaan media memang dapat membentuk suatu budaya dan menjadi institusi-institusi sosial. Dalam pengertian ini, budaya merupakan sesuatu yang hidup dalam kehidupan masyarakat, dengan bantuan media kemudian menyatu didalamnya dan melakukan sesuatu dengannya.

Para golongan muda dalam sub-budaya mengetahui bahawa media massa telah menjual *mods*, *punk*, *skinhead*, *metal* dalam suatu kesedaran palsu akan tetapi tidak dapat berbuat banyak kerana kekuatan media itu sendiri. Menurut Burton (2008), media massa mengungkapkan kekuasaannya dengan menciptakan idea yang palsu mengenai pelbagai nilai dan hubungan sosial, sehingga apa yang masyarakat mengira mereka tahu sebagai yang benar adalah angan-angan, pandangan masyarakat mengenai dunia banyak dibentuk

melalui media. Hal tersebut juga dijelaskan sebelumnya mengenai kemurnian daripada nilai-nilai sub-budaya dalam media massa. Thornton (1995) menyatakan bahawa gagasan mengenai budaya autentik yang terbentuk di luar daripada media adalah sesuatu yang fleksibel namun salah arah kerana perbezaan sub-budaya anak muda, dalam banyak kes adalah fenomena media. Dengan ini tanpa disedari media merupakan wadah yang membentuk lahirnya sub-budaya dan sebahagian daripada formulasi golongan muda atas aktiviti mereka. Liputan media mengenai hal negatif kumpulan sub-budaya justeru pada masa yang sama mahukan perhatian dengan maksud dan tujuan pemasaran.

Dalam praktik produksi, media mempunyai kuasa untuk memberikan berita-berita yang diinginkannya. Salah satunya ialah eksploitasi akan kewujudan sub-budaya anak muda. Sub-budaya sebagai budaya yang lahir daripada kelas pekerja dan kelas menengah menjadi bahagian di dalam pemberitaan negatif yang kemudian menjadi sasaran empuk opini publik yang menyudutkan. Schlesinger (1978) menjelaskan pada era industrialisasi, teks berupa program mahupun berita bukan merupakan “jendela dunia” yang tanpa perantara, melainkan suatu representasi hasil pilihan dan konstruksi yang membentuk realiti, pemilihan pelbagai hal yang akan dimasukkan ke dalam program atau berita dan cara-cara khas di mana ketika suatu program telah dipilih maka cerita yang hasil konstruksian itu tidak akan pernah neutral kembali (dalam Barker 2005). Melihat dari penjelasan tersebut dapat dianalisis bahawa ketika media massa memberitakan sub-budaya melalui sudut pandang negatif maka akan dengan cepat opini publik terbentuk. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahawa mesej-mesej yang disebar oleh media massa mempunyai pelbagai makna dan dapat diinterpretasikan dengan cara yang berbeza sesuai dengan keadaan sosial, kelas, dan gender dengan sumber daya kultural yang juga berbeza.

Jika dikaitkan dengan hukum pemasaran, pemilik media massa boleh jadi pihak yang meraih keuntungan dalam hal pemasaran kepanikan moral. Dalam situasi seperti ini, secara tidak langsung tindakan mereka dapat membentuk persepsi publik yang keliru dan juga sikap meremehkan sub-budaya dengan menyebarkan publisiti yang salah, akan tetapi media seolah-olah menutup mata kerana motif profit daripada pemberitaan yang bersifat sensasional. McQuail (1983), berhujah bahawa bukti yang ada menunjukkan bahawa dalam batas-batas yang cukup besar, media memang memiliki kekuasaan untuk mencapai beberapa kesan kerana pelbagai alasan (melalui tindakan atau penglihatan) media melindungi atau mengemukakan kepentingan orang yang memiliki kekuasaan ekonomi atau politik yang lebih besar dalam masyarakat mereka sendiri (dalam Burton 2008). Dapat disimpulkan bahawa perperangan antara sub-budaya dengan media massa pada hakikatnya merupakan proses rangkaian tarik-menarik kepentingan, iaitu media massa meraih keuntungan dengan menyebarkan berita mengenai sub-budaya dan sub-budaya sendiri mendapatkan perhatian ketika dihebohkan oleh media massa.

Simbiosis mutualisme tersebut tidak hanya memberikan perhatian yang berskala nasional sahaja bagi sub-budaya golongan muda, akan tetapi suatu tahap keseragaman di peringkat antarabangsa. Media massa mencerminkan kembali kepada golongan muda suatu deskripsi mengenai dunia mereka, apa yang mereka lakukan, yang kemudian mereka gunakan. Pada masa yang sama media membentuk identiti golongan muda menurut tujuan kapitalisme. Garrat (1997) menerangkan bahawa liputan media mengenai sub-budaya telah merubah kandungan daripada budaya ini ketika produk budaya bawah tanah ini dijual menjadi industri-industri mode (dalam Burton 2008). Pandangan bahawa media massa mengontrol golongan muda secara luas sudah diperhatikan oleh peneliti kajian budaya

terdahulu. Brake (1985) mengemukakan bahawa budaya golongan muda menawarkan bentuk alternatif realiti sosial bagi para peserta budaya-budaya tersebut, sebuah bentuk yang menghasilkan lebih banyak kesenangan dan lebih banyak penghargaan diri. Penjelasan ini menyiratkan suatu kesedaran bahawa identiti sosial golongan muda dalam sub-budaya tidak hanya dikonstruksi oleh hubungan sosial antar komuniti sahaja melainkan peranan intervensi media massa.

MEDIA MASSA DAN SUB-BUDAYA MUZIK *METAL*

Isu mengenai media terutama media arus perdana seringkali dianggap sebagai isu klasik bagi kalangan komuniti sub-budaya kerana seolah tidak pernah ada titik temu dalam menyikapi hal ini. Pada sejarahnya, hubungan antara sub-budaya dengan media arus perdana kerap mengalami perseteruan kerana perbezaan sudut pandang. Sejak kali pertama sub-budaya muncul dalam media arus perdana, bukanlah hal-hal baik yang diperlihatkan media kepada masyarakat luas melainkan hal yang buruk. Sub-budaya sebagai kebudayaan yang lahir daripada golongan kelas pekerja dan kelas menengah menjadi bahagian di dalam pemberitaan negatif yang kemudian menjadi sasaran empuk opini publik yang menyudutkan. Hal ini terjadi kerana motif profit daripada pemberitaan yang bersifat sensasional. Menurut Purcell (2003), dalam konteks sub-budaya seperti muzik *metal*, media tidak serta merta memenuhi standar etika penyiaran kerana kerap menyudutkan sebagai budaya yang tidak bermoral, akan tetapi sukar untuk melawan kerana media massa dapat berlindung di sebalik kepentingan politik, di samping itu juga sub-budaya *metal* kerap menjadi kambing hitam oleh media massa atas kebudayaan muzik *metal* yang sarat akan unsur kekerasan.

Daripada penjelasan di atas ini, dapat dianalisis bahawa perseteruan antara sub-budaya dengan media massa merupakan buah tarik menarik politik dan ideologi dari masa ke masa. Marshall (1997) menjelaskan, bahawa ada tiga hal yang menarik daripada keberadaan sub-budaya bagi media arus perdana yang dipandang mempunyai nilai ekonomi, diantaranya; muzik, fesyen dan kekerasan. Ketiga hal tersebut yang akhirnya dimuat dalam media massa untuk mendapatkan keuntungan. Demi meluruskan imej negatif yang sudah terlanjur terbentuk di mata publik, sub-budaya (termasuk *heavy metal*) melakukan gerakan budaya tandingan dalam bidang komunikasi dengan menciptakan media sub-budaya, salah satu diantaranya majalah sub-budaya atau yang disebut dengan zine. Menurut Seng (2006), media massa cetak mahupun zine memainkan peranan yang cukup penting dalam penyebaran maklumat mengenai dunia muzik *metal* kepada masyarakat umum dan dapat menjadi perantara untuk berkomunikasi kepada sesama anggota-anggotanya, di samping itu dengan itikat yang baik media sub-budaya mampu untuk membuka pola pemikiran masyarakat umum, membawa perubahan sosial dan pengaruh positif.

Dalam praktik sosial, gerakan sastera secara bawah tanah menjadi faktor yang penting untuk menyebarkan fenomena budaya ini. Tanpa sokongan daripada media arus perdana, komuniti *metal* boleh dengan leluasa menyebarkan maklumat mengenai dunia muzik *metal* sehingga dapat menciptakan gambar dalam ruang imajinasi peminat sub-budaya muzik *metal*. Ketika muzik *metal* menjadi perhatian, Weinstein (1991a) menjelaskan bahawa media sub-budaya *heavy metal* dapat berfungsi sebagai jambatan antara kumpulan muzik *metal* dengan para anggota sub-budaya untuk mempromosikan gaya, fesyen, dan simbol-simbol *heavy metal* tanpa harus terpaku pada kewenangan arus perdana. Kerana

karakturnya yang intim dan membumi, media sub-budaya muzik *metal* memiliki kemampuan untuk lebih cepat diterima oleh anggota-anggota sub-budaya *metal*. Melalui media bawah tanah maka sangat mungkin bagi zine menjadi pilihan alternatif untuk menyuarakan sisi positif dunia muzik *metal* yang selama ini disalah tafsirkan oleh media arus perdana.

MEDIA MASSA DAN WANITA DALAM SUB-BUDAYA MUZIK METAL

Dalam jurnalnya tentang isu radio dan wanita, Kusumaningrum (2003) menjelaskan, bahawa di Asia akses wanita terhadap media jauh lebih sedikit dibandingkan dengan lelaki, pelbagai bentuk media massa seperti media cetak surat khabar dan juga internet bahkan sangat terkesan sebagai “medianya kaum lelaki”. Selanjutnya, di sisi lain Matsui (2002) menjabarkan hasil daripada Kajian Isis International Manila tahun 1998 yang menunjukkan bahawa media arus perdana di Asia tidak memberikan ruang yang cukup untuk menggambarkan pelbagai citra kaum wanita yang berbeza-beza, ruang terbesar dalam media lebih berbicara mengenai isu kaum lelaki dengan pola pandang patriarkis. Jika menganalisis isu tersebut, permasalahan bias gender sebetulnya terjadi secara terus menerus hingga masa sekarang ini di mana stereotip kaum wanita selalu menjadi minoriti. Pada hakikatnya, media massa arus perdana seperti radio, media cetak, dan televisyen mempunyai potensi sebagai medium kepada suara kaum wanita, namun argumen tersebut sukar diimplementasikan terkait dengan kepentingan politik dan ekonomi.

Dalam kaitannya dengan perubahan lingkungan sub-budaya *metal* yang sekarang sudah banyak dihuni oleh kaum wanita, tidak juga dapat membuktikan bahawa ini sebuah kemajuan. Seperti yang dijelaskan oleh McRobbie (1994) bahawa keadaan yang berubah dalam kaitan dengan identiti feminin hanya dapat dideteksi pada majalah-majalah mahupun di pelbagai media massa. *Heavy metal* yang disuguhkan dalam pelbagai majalah sekarang ini mempunyai daya tarik tontonan yang memukau bagi kaum hawa. Majalah muzik *metal* kerap menyuguhkan gambar para pemain muzik *metal* layaknya seorang model sehingga peran daripada seniman muzik *metal* telah berubah arah menjadi sebuah industri dan juga objek kenikmatan. Menurut Heryanto (2014), pada era globalisasi seperti sekarang ini ekspansi industrialisasi membuat paradigma berfikir menjadi bias maskulin di mana konsep modenisasi dipandang sebagai kegiatan tentang dan untuk golongan lelaki, gender selain lelaki dinilai lebih rendah dan diturunkan ke peringkat kedua yang bersifat “privat” ataupun “domestik” iaitu ruang utama bagi masa luang yang dihabiskan melalui perantara media massa (*mass-mediated leisure*), hiburan, dan budaya popular. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahawa golongan wanita dalam sub-budaya *metal* mengkonsumsi muzik serta gaya hidup *metal* melalui media massa sebagai upaya untuk meraih kenikmatan peribadi di mana pada dunia yang nyata mereka sukar untuk berpartisipasi secara fisik kerana keterbatasan ruang dengan para golongan maskulin.

Walaupun analisis tersebut sudah memasuki masa dua dekade, namun keadaan ini masih relevan adanya di tambah dengan berkembangnya pelbagai media sosial. Kebanyakan para kaum wanita *metal* di dunia memanfaatkan media sosial agar eksis dalam sub-budaya *metal*. Dalam parameter ini, terbukti bahawa para wanita *metal* sebagai layaknya massa memerlukan media sebagai wadah berekspresi. Seperti yang dijelaskan oleh Tester (1994), kalau media massa berfungsi atas dasar asumsi bahawa audiens dapat memberikan respons terhadap makna yang dikomunikasikan terhadap mereka. Konsep wanita dan sub-budaya *metal* akhirnya menjadi suatu analisis yang akan terus dihujah mengenai di mana ruang

yang sesuai bagi para kaum wanita untuk berekspresi. Lingkungan sub-budaya *metal* seakan-akan membentuk persepsi bahawa golongan wanita merupakan kelas kedua dan nilai-nilai maskulin yang mengetepikan golongan wanita seolah-olah menjadi hal yang normal, oleh sebab itu penting kiranya untuk memahami peranan wanita secara mendalam melalui media alternatif agar tidak membentuk realiti sosial yang keliru dan juga wadah kepada perubahan *mind-set*.

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan penyelidikan kualitatif dengan kaedah etnografi. Tujuan kaedah etnografi dalam penelitian ini adalah untuk memahami sudut pandang para wanita berhijab mengenai penggunaan media sosial dalam sub-budaya muzik *metal*. Teknik analisis temu bual mendalam (in-depth interview) digunakan dalam kajian ini untuk mendapatkan pemahaman nilai secara mendalam sesuai dengan tafsiran subjektif daripada hijabers *metal* terhadap apa yang dikonsumsi dalam dunia sub-budaya muzik *metal* melalui media sosial. Penentuan responden dilakukan melalui teknik persampelan atau purposive. Setelah itu, metod penarikan sampel untuk memilih responden adalah metod *snowball (chain referral)*, dengan ini dipercayai boleh menyasat hubungan antar manusia dalam kumpulan yang terbatas.

Sesuai dengan Nasution (2003) yang menjelaskan bahawa metod *snowball* merupakan suatu cara di mana penyelidik memilih satu pemberi maklumat kunci sebagai titik permulaan kajian mereka dan untuk pemberi maklumat seterusnya didasarkan pada cadangan daripada informan pertama. Tempat yang dipilih sebagai lokasi penelitian adalah Jakarta dan Bandung Jawa Barat Indonesia kerana komuniti *metal* bawah tanah terbesar di Indonesia berada dan lahir pada kedua-dua wilayah tersebut sehingga pengamatan terhadap konsumsi budaya muzik *metal* bawah tanah semakin luas.

Guna mendapatkan data mengenai identiti hijabers *metal* di Indonesia maka informan-informan dalam kajian ini adalah para wanita yang tergabung secara aktif dalam sub-budaya muzik *metal* baik pemain mahupun peminat. Dengan ini mereka dapat menerangkan pengalaman mereka dalam komuniti muzik *metal* serta proses pembinaan identifikasi mereka melalui media sosial. Pengumpulan data tidak dilakukan pada umur tertentu kerana bilangan wanita yang masih sedikit dalam komuniti muzik *metal* di Indonesia. Dalam penelitian ini, terdapat empat orang informan iaitu sebagai berikut:

Informan 1 (Dewi): Perempuan, umur 30 tahun, Pekerja Swasta. Vokalis kumpulan muzik *metal* dengan genre *gothic metal*.

Informan 2 (Kherin): Perempuan, umur 20 tahun, Pekerja Swasta. Pemain drum kumpulan muzik *metal* dengan genre *death metal*.^{[1][2]}

Informan 3 (Maya): Perempuan, umur 32 tahun, Pekerja Swasta. Pemain gitar kumpulan muzik *metal* dengan genre *death metal*.

Informan 4 (Meliani): Perempuan, umur 18 tahun, Pelajar. Pemain dan peminat muzik *metal*.

MEDIA SOSIAL: ATERNATIF SUARA WANITA BERHIJAB DALAM SUB-BUDAYA MUZIK METAL

Setelah muzik genre *metal* semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman, media menjadi faktor baharu yang mencemarkan imej *metal* di mata masyarakat. Menurut Sanders (1990), media massa mempunyai peran penting dalam pembentukan masalah sosial kepada golongan muda kerana media massa membantu menyebarkan konten sisi negatif dunia *rock* seperti berita mengenai perilaku menyimpang seniman *rock* dan video klip muzik *rock* yang sarat akan kegelapan di televisyen sehingga mudah dikonsumsi oleh para golongan muda. Pemberitaan yang disebarluaskan secara terbuka ini cukup memperhatikan kerana secara tidak langsung mengetepikan nilai-nilai muzik *metal*. Reddick & Beresin (2002) menjelaskan bahawa media massa seperti majalah, jaringan sosial (situs), radio hingga televisyen khususnya MTV dan VH1 mempergunakan kesempatan untuk memberitakannya fakta secara terperinci mengenai perkembangan dunia muzik terutama konten yang negatif kerana dipercayai mengundang sensasi sehingga dapat menarik perhatian penonton terutama kaum muda seperti kerusuhan konsert *heavy metal* dan perkelahian antar geng.

Di sisi lainnya, Vernallis (2004), mempunyai pendapat bahawa media video muzik mempunyai peran yang lebih bererti terhadap penonton, selain mencakup populasi yang lebih besar, video klip secara visual dengan jelas memperagakan adegan yang simbolis sesuai dengan alur cerita mahupun lirik yang dinyanyikan. Selanjutnya, Roberts, Christenson, dan Gentile (2003) juga menambahkan bahawa alasan nyata mengapa media video muzik menimbulkan efek yang lebih besar daripada mendengarkan lirik muzik disebabkan oleh imej visual dan narasi lebih berpotensi untuk membentuk sikap, penilaian atau persepsi dari realitas sosial kerana video menambahkan ekstra maklumat dan sedikit lebih mengandaskan imajinasi. Hal tersebut juga dipertegas oleh Vine (1997), yang menjelaskan daripada segi psikologi bahawa berita kontroversi secara psikologis dapat berpengaruh kepada penonton, seperti respon negatif pada berita tersebut dan rasa pesimis terhadap obyek yang diberitakan. Melalui semua penjelasan ini maka tidak hairan bahawa demi melawan media massa arus perdana (*mainstream*) yang selalu mencemarkan nama muzik *metal* serta membuat opini publik yang negatif, komuniti bawah tanah kerap membentuk media alternatif.

Media alternatif memainkan peranan penting dalam penyebaran berita muzik *metal* dalam hal profil kumpulan muzik hingga ideologi-ideologi. Aksi literasi ini telah dilakukan oleh komuniti *punk* dengan melahirkan zine. Zine sendiri lahir daripada semangat independen merupakan bagian penting daripada sub-budaya golongan muda kerana menampilkan isu perlawanan terhadap media arus perdana. Daripada pelbagai kategori zine, Duncombe (1997) melihat beberapa persoalan utama yang menjadi isu penting dalam perkembangan zine iaitu identiti, komuniti, bekerja dan konsumsi, pencarian, kemurnian dan politik budaya alternatif. Secara menyeluruh zine sebagai representasi identiti menjadi media yang mewakili kumpulan terketepikan yang selama ini tidak masuk hitungan dalam masyarakat, dan zine memberikan suara kepada mereka yang tersisih untuk menyatakan aspirasi politiknya dan pandangan serta sikap mereka terhadap suatu persoalan. Sayangnya, di era teknologi sekarang ini zine telah kehilangan masa kejayaannya dengan hadirnya pelbagai media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan juga *YouTube*, oleh sebab itu para wanita termasuk kalangan berhijab dalam komuniti *metal* beralih kepada media sosial

dalam berkomunikasi dan memberikan maklumat mengenai suara-suara mereka yang tersisihkan.

Media sosial sememangnya dapat menjadi alternatif untuk suara wanita dalam sub-budaya *metal* kerana memungkinkan kepada mereka membuat segmentasi program-program dengan isu wanita komuniti *metal* yang tidak bias gender serta mendistribusikan idea positif. Permasalahan mendasar yang kerap terjadi kepada golongan wanita *metal* dalam media sosial adalah cibiran oleh para *haters* (sebutan bagi pengguna media sosial yang membenci sesuatu benda, orang, tokoh, idola dan sebagainya dan berusaha untuk menjatuhkan apa yang mereka benci). Seperti yang terjadi oleh Dewi (31 tahun), sebagai vokalis kumpulan muzik *metal*, beliau kerap dicibir terkait hijab yang dipakai. Beliau menjelaskan:

Kejadian yang panjang dan ruwet ini sekitar dua atau tiga tahun yang lalu dengan anak perempuan di Facebook, kebetulan Gelap punya fan page untuk update jadwal-jadwal manggung dan kegiatan lain-lain kita, jadi dia komentar di fan page nya Gelap di Facebook. Komentarnya; ini vokalisnya pakai jilbab ya.. kok bisa-bisa nya dia ikut dengan band-band beraliran sesat seperti itu.. menurutnya musik ini tetap musik negatif dan lo pasti gak bisa menyangkal kalau orang-orang yang ada di scene metal gaya hidup nya negatif, jadi buat apa cewek berjilbab itu ada di sana..? gunanya apa..? Apakah dia bisa merubah orang-orang disekeliling dia buat jadi seperti dia.. bisa gak dia..? kalau gak bisa buat apa dia ada di sana. Akhirnya saya jelaskan secara baik-baik bahwa Gelap itu bukan aliran apa-apa hanya sekelompok musisi dan tidak pernah menyelipkan pesan-pesan terselubung tentang aliran sesat apapun, kalau mau silahkan beli album kita, didengar lagunya, dibaca liriknya supaya tau kalau kita tidak mewakili aliran sesat manapun dan boleh dibuktikan.

Pada umumnya imej wanita berhijab di Indonesia sangat kuat akan norma dan budaya sopan santun, sehingga nilai-nilai semacam ini menjadi hambatan kepada golongan wanita berhijab untuk berpartisipasi dalam komuniti *metal*. Menurut Ibrahim (2007) Indonesia, khususnya di lingkungan kebudayaan Jawa, mempercayai konsep yang mengukuhkan bahawa kudrat kaum perempuan sebagai makhluk dengan tugas utama dan juga mulia iaitu sebagai penyambung keturunan, lemah lembut, lebih emosional dan fizikal kurang kuat. Dengan kodrat seperti ini, maka golongan wanita berhijab dianggap lebih elok beraktiviti di sektor domestik.

Sudut pandang seperti ini dapat dianalisis bagaimana kebudayaan lokal membuat golongan wanita lebih banyak diketepikan, salah satu contohnya adalah wanita berhijab yang tergabung dalam sub-budaya *metal*. Di sisi lain, melalui konstruksi pemahaman budaya lokal ini maka media sosial menjadi pelengkap sarana untuk membuat labelisasi terhadap *hijabers metal* dengan citra yang negatif. Selanjutnya, hal yang sama juga dialami oleh Kherin (20 tahun), sebagai pemain drum dalam kumpulan muzik *metal*, beliau kerap mendapatkan cibiran dalam laman *Facebook* perihal busana hijab dan masalah keimanan. Beliau menjelaskan:

Ada yang komentar di Facebook nya “Fearless”.. dia tulis “qasidahan aja ma kalau pakai kerudung ngikutin jaman banget metal-metal an..” saya bales tulis “ya.. saya kan gak se-syar’i kamu.. saya belum bisa ninggalin musik..”. Padahal yang komentar ini gak pakai kerudung.. cuman ngatain doang...

Dalam sejarahnya, muzik *metal* sememangnya popular dengan penilaian negatif kerana unsur ketukan nada yang kencang, lantunan lagu yang keras, dan nuansa lirik-lirik pemberontakan. Dasar muzik tersebut sekiranya bertolak belakang dengan seni muzik dalam Islam yang sarat akan nuansa rohani, oleh kerana itu tidak menghairankan jika wanita berhijab yang meminati muzik *metal* mendapat cibiran masyarakat umum kerana sepatutnya wanita berhijab menyukai seni Qasidah. Penafsiran terhadap baik dan buruknya muzik *metal* perlu dianalisis lebih secara objektif. Dalam penelitian mengenai Islam dan kesenian Gazalba (1977) menjelaskan, bahawa tiap-tiap unsur kesenian (muzik, sastera, tarian, lukisan, arca, pakaian dan sebagainya) adalah haram hukum menciptakannya, membawakannya atau menikmatinya apabila mendatangkan kerosakan. Dari penjelasan tersebut maka dapat dianalisis bahawa kesenian muzik tidak hanya bertumpu pada nada sahaja, namun perlu memerhatikan isi dan konten dalam muzik tersebut. Muzik *metal* tidak menjadi suatu masalah asalkan kandungan lagu mempunyai unsur positif sehingga dapat difahami secara baik, benar dan bermanfaat bagi umat manusia.

Penting untuk diketahui bahawa muzik sub-budaya termasuk *metal* pada sejarahnya lahir sebagai kritik sosial, oleh sebab itu kesan merosak dan menyimpang kerap melekat pada genre muzik ini. Perspektif tersebut merupakan konsekuensi yang harus dihadapi oleh muzik *metal* termasuk para peminatnya. Imej negatif yang sudah terlanjur melekat pada muzik *metal* sememangnya memerlukan usaha lebih untuk merubahnya diantaranya melalui media sosial sebagai medium budaya perlawanan. Maya (32 tahun) boleh jadi merupakan peribadi yang berbeza dibandingkan dengan Dewi dan Kherin. Beliau menggunakan cara yang kreatif dalam melakukan budaya perlawanan iaitu dengan menyebarkan syiar-syiar Islam dalam laman *Facebook* beliau demi menangkis imej negatif wanita berhijab dalam komuniti *metal*.

Kadang komentar nya negatif, saya sering mendengar kata-kata “masa sih udah berhijab masih kumpul dengan anak-anak seperti itu”. Saya tidak terlalu serius menanggapi itu, terserah mereka mau menilai apa karena itu hak mereka. Saya hanya tunjukkan dengan sikap perilaku dan tanggung jawab saya. Sudah ditanamkan dalam diri untuk tidak terjerumus dalam hal negatif, jangan sampai apa yang orang katakan benar-benar terjadi sama diri saya. Untuk merubah persepsi ini saya biasanya suka tausiah-tausiah sedikit di sosial media *Facebook*. Saya suka update status mengenai agama kebanyakan tentang bagaimana menjadi seorang wanita yang muslimah, sama cara berpakaian, tapi sebelumnya saya baca dan pelajari dulu tidak asal share aja.

Jika dilihat secara terperinci, penghujahan kepada masyarakat oleh ketiga *hijabers metal* (peminat muzik *metal* yang menggunakan hijab) ini terjadi melalui media sosial *Facebook*. Dapat digambarkan bahawa media sosial *Facebook* menjadi situs rujukan dalam

aktiviti literasi. Penggunaan media sosial ini tanpa disedari ternyata juga memberikan pengaruh signifikan dalam berkomunikasi tentang pelbagai hal mengenai citra muzik *metal*. Dalam konteks media massa kegunaan teknologi bagi komuniti *metal* di Indonesia dapat menjadi alat komunikasi penyebaran konten muzik *metal* serta budayanya dan digabung dengan faktor luaran seperti pembangunan sosial di komuniti *metal*. Di sisi yang lain, Meliani (18 tahun) merupakan salah satu contoh konkret yang berhasil memanfaatkan teknologi lainnya seperti media sosial *YouTube* untuk menyebarkan mesej-mesej positif mengenai peran wanita berhijab dalam dunia muzik *metal* di Indonesia melalui bakatnya bermain gitar *metal*.

Pada tahun 2014 beliau menjadi popular di seluruh Indonesia kerana aksi bermain gitar *metal* di video *YouTube*. Kemunculan Meliani menghebohkan jagat dunia maya, beliau mengunggah video yang tengah memainkan lagu diantaranya daripada kumpulan *Lamb of God* bertajuk *Hourglass* dan *Say Goodnight* oleh kumpulan *Bullet for my Valentine*. Video yang diunggah pada 3 Maret 2014 tersebut telah dilihat sebanyak 1,508,962 kali hingga bulan Maret pada tahun 2016 untuk video *Hourglass* sedangkan lagu *Say Goodnight* telah dilihat sebanyak 313,655 kali. Kepiawaian Meliani dalam bermain gitar sememangnya mencuri perhatian publik ditambah dengan usia beliau yang masih dipandang belia, namun faktor lain yang menjadi perbincangan masyarakat tidak lain kerana beliau adalah wanita berhijab. Di era reformasi Indonesia, media massa masih menjadi tantangan untuk kemajuan kaum wanita termasuk para wanita berhijab.

Menurut Amiruddin (2010a), reformasi memiliki dua dampak dalam kehidupan sosial Indonesia, di satu sisi memberi maklumat yang bebas, namun di sisi lain perspektif media dalam mengangkat persoalan wanita masih sangat bias seperti tayangan diskriminatif terhadap wanita, tidak sedikit mesej moral menjadi membatasi wanita dalam banyak tayangan televisyen sehingga kaum wanita semakin dicitrakan sebagai golongan wilayah domestik dan tunduk terhadap ideologi patriarki. Dengan demikian, maka tidak hairan kalau keadaan ini membuat banyak kaum wanita memanfaatkan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan juga *YouTube* untuk berekspresi. Bagi Amiruddin (2010b), media *non-mainstream* sememangnya banyak menghadapi hambatan dan tantangan, akan tetapi media massa tersebut dapat menjadi sarana alternatif untuk meruntuhkan persepsi mahupun mitos yang salah mengenai eksistensi golongan wanita.

Pada kesempatan yang lain, dalam penelitian mengenai teknologi maklumat dan komunikasi di Indonesia, Laksmi dan Pawestri (2010) menjelaskan teknologi boleh sangat efektif diguna untuk perubahan yang berbeza agar dapat berbagi maklumat atau bahkan menjaga peristiwa agar tetap selalu diingat. Hal inilah yang ingin ditunjukkan oleh Meliani kepada masyarakat umum bahawa dengan menggunakan *YouTube* dan *Facebook*, wanita berhijab juga dapat berpartisipasi dalam dunia muzik *metal* dengan bermain alat muzik gitar elektrik dan juga sebagai simbol kebangkitan golongan wanita dalam dunia maskulin. Meliani menjelaskan:

Awalnya aku kepikiran jarang ya perempuan Indonesia yang suka mainin gitar cover di YouTube.. kebanyakan orang luar semua.. aku jadi ingin partisipasi juga.. sekalian untuk ajang peningkatan level gitar aku biar makin tambah terus.. karena banyak sekali di media sosial terutama Facebook yang nge-share kemana-mana akhirnya jadi booming sampai diundang ke televisi-televisi nasional.

Jika mengaitkan pengalaman Meliani kepada penggunaan teknologi maka dapat dianalisis bahawa faktor mudah guna menjadi alasan menggunakan media sosial sebagai sarana suara beliau. Menurut Destiana (2013) dalam konteks media sosial, penyebab yang membawa kepada mudah guna bermakna individu tidak memerlukan banyak usaha sama ada dari segi masa dan juga tenaga dalam mempelajari penggunaan media sosial (dalam Destiana, Salman & Rahim 2013). Sama seperti peranan media radio dalam penelitian Kusumaningrum (2003), secara sederhana media sosial dapat menampilkan beberapa karakternya contohnya kelajuan, tanpa batas, hangat dan dekat serta memberi manfaat kepada individu dan masyarakat.

Selanjutnya, perjalanan Meliani hingga meraih populariti tidaklah semudah yang dikira kerana cibiran tetap berdatangan melalui media sosial dari pelbagai golongan.

Aku pernah dicemooh justru di dunia maya.. aku pernah nge-share video aku di salah satu forum di Facebook tapi dihujat karena aku pakai kata "Assalamualaikum" di awalnya.. banyak mereka yang gak setuju dan mau keluarin aku dari grup.. ya udah akhirnya aku keluar sendiri aja dari grup itu daripada sakit hati.. gak tau juga kenapa hanya gara-gara saya pakai kata "Assalamualaikum" aja...

Sememangnya tidak mudah untuk melepas imej hijab dari nuansa Islam. Terutama dalam kebudayaan Nusantara seperti Malaysia dan Indonesia. Hijab tidak hanya jadi simbol ketaatan dan kesalehan, namun telah menjadi identiti. Latiffah (2003) menjelaskan bahawa faktor persekitaran menjadi faktor yang penting dalam pembentukan identiti, selain merupakan definisi diri, identiti juga dibentuk daripada interaksi antara pengaruh satu persekitaran dan pengaruh peribadi. Pada titik inilah para hijabers *metal* mendapatkan masalah kerana hijab dikaitkan dengan makna pasif, sangat bertolak belakang dengan *metal* yang mempunyai makna ekspresif. Dalam konteks ini, maka para hijabers *metal* disyaki sebagai sumber permasalahan. Tidak dapat dinafikan bahawa kebudayaan Nusantara membuat golongan wanita berhijab berhadapan dengan sebuah ekspektasi sosial yang tinggi di mana wanita berhijab wajib berkelakuan pasif, oleh sebab itu muzik *metal* menjadi suatu hal yang tabu. Collins dan Bahar (2000) menjelaskan konsep *malu* dalam kebudayaan Melayu, di mana tradisi turun menurun membentuk perasaan hipersensitif terhadap apa yang difikirkan orang lain tentang seseorang (dalam Kuen 2019).

Fakta yang terjadi, walaupun besar pandangan negatif masyarakat terhadap eksistensi Meliani sebagai gitaris *metal* berhijab ternyata tidak menurunkan populariti beliau kerana sokongan juga banyak diberikan oleh masyarakat lainnya. Pengaruh media sosial ternyata membawa Meliani ke jenjang populariti yang lebih besar. Stesen televisyen nasional banyak menjemput beliau untuk mengisi pentas secara langsung (*live*) mahupun *taping*. Pada titik tersebut, secara peribadi Meliani telah bebas daripada kungkungan imej maskulin.

Televisyen secara tidak langsung dapat menjadi media sebagai institusi pembebasan Meliani dalam berekspresi dan memperlihatkan bakat sebagai gitaris *metal* yang notabene dikuasai oleh golongan lelaki. Kemunculan Meliani di media sosial dan media massa tidak seperti yang ditakuti oleh beliau, respon positif justeru banyak bermunculan di masyarakat sehingga orang tua Meliani sangat menyokong untuk eksis di mata publik, hal ini disebabkan juga oleh pengaruh sosial yang membuat orang tua Meliani selalu mengikuti perkembangan

media sosial. Mustaffa dan Ibrahim (2014), menjelaskan bahawa persepsi dan penggunaan media sosial ataupun media massa sebahagiannya bersifat konstruktif sosial.

Kebanyakan Alhamdulillah tanggapannya positif.. tapi tetap ada juga yang berpandangan negatif sampai buat diri aku down.. awalnya sebelum masuk di televisi suka takut sampai ngomong ke Bapak aku.. aku takut dicibir banyak orang.. jadinya gugup terus.. tapi dinasehatin terus sama keluarga karena ini kesempatan bagus gak datang dua kali jadi ambil aja.. tentang pandangan negatif aku ambil pelajaran berharga aja buat hidup aku.

Merujuk kepada peranan media dalam sub-budaya *metal*, dari dapatan kajian ini maka dapat disimpulkan bahawa media sosial dapat dijadikan peranan sebagai media alternatif dalam membangun identiti wanita berhijab dalam komuniti *metal*, oleh sebab itu teknologi jaringan sosial ini dapat menjadi alat representasi untuk mengkonstruksi ideologi yang memberikan makna terhadap kumpulan wanita berhijab dalam komuniti *metal*. Nisa (2013) menjelaskan, bahawa media massa dapat digunakan sebagai bentuk strategi untuk memasarkan sub-budaya tertentu. Dengan demikian, media sosial menjadi alternatif untuk melawan kekuatan media arus perdana (*mainstream*) yang kerap mempengaruhi representasi wanita.

KESIMPULAN

Menyoroti kaum wanita atas perannya dalam kesenian, terutama muzik *metal*, sesungguhnya bertautan dengan emansipasi wanita. Golongan wanita ingin meraih sukses yang tinggi dan merubah persepsi mengenai keterlibatan mereka hanya dalam kegiatan-kegiatan domestik. Hijab menjadi salah satu cara agar kaum wanita dapat lebih mudah untuk diterima dalam sub-budaya *metal* dan pada saat yang sama dihargai lebih sebagai sosok wanita. Namun sebagai golongan wanita berhijab untuk dapat diterima dalam dunia muzik *metal* ini bukan tanpa halangan, tidak sedikit cibiran yang diberikan oleh masyarakat terkait identiti hijab yang bertolak belakang dengan budaya *metal*. Sedar ataupun tidak, dalam lingkungan sub-budaya *metal* terjadi bias gender kerana adanya perlakuan tidak setara dalam memberikan ruang dan kesempatan bagi golongan wanita untuk berpartisipasi dalam dunia ini. Persoalan diskriminasi gender dalam sub-budaya *metal* merupakan masalah yang akan terus berlanjutan, hanya sahaja bukan bererti kaum wanita menyerah dalam mendapatkan ruang dalam budaya tersebut. Para kaum wanita yang berhijab juga tidak harus melepaskan jilbab mereka untuk berpartisipasi dalam komuniti *metal*. Berkaitan dengan lingkungan sosial, pro dan juga kontra adalah risiko yang harus dihadapi, oleh sebab itu para *hijabers metal* tetap wajib konsisten dengan identiti hijab mereka agar terbinakan keseimbangan antara kehidupan sosial dan komuniti. Identiti agama diyakini menjadi salah satu jalan agar hak-hak asasi wanita terwujud.

Seiring berkembangnya teknologi, media sosial menjadi medium baharu yang cukup efektif untuk merebut ruang *hijabers metal* dalam kebudayaan tersebut. Dalam pengamatan kajian ini, pemanfaatan media khususnya zine dan webzine tidak sepenuhnya lagi memiliki erti untuk menciptakan ruang eksperimentasi dan menjadi media perantara komunikasi antara para *hijabers metal* dengan komuniti *metal* mahupun masyarakat umum. Beberapa alasan yang ditemukan diantaranya faktor kemajuan teknologi digital seperti media sosial yang membuat komunikasi mengarah kepada sistem atas talian sehingga mempermudah

mendapat maklumat mengenai aktiviti komuniti *metal*. Media sosial menjadi ruang baharu kepada para *hijabers metal* untuk memperoleh kebebasan dalam berekspresi kepada mereka yang kurang mendapat ruang dalam komuniti *metal*. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi sarana untuk mempertontonkan eksistensi dan identiti wanita berhijab dalam dunia muzik *metal* kepada khalayak luas. Para golongan wanita berhijab memahami bahawa komuniti *metal* belum sepenuhnya peduli dengan permasalahan gender, oleh sebab itu media sosial sedikitnya dapat menjadi sarana alternatif dalam bersaing dengan golongan lelaki dalam persaingan mendapatkan ruang nyata komuniti *metal*.

BIODATA

Rizky Hafiz Chaniago (PhD) mengajar dan menyelidik Media dan Budaya di Jabatan Komunikasi dan Media, Fakulti Bahasa dan Komunikasi, Universiti Pendidikan Sultan Idris. Emel: rizky@fbk.upsi.edu.my

RUJUKAN

- Ann Wan Seng. (2006). *Rahsia black metal: Membongkar kesesatan, kejahatan & kegilaan pemuja syaitan*. Selangor: La-Khauf.
- Amiruddin, M. (2010a). Media masih menjadi tantangan kemajuan perempuan. *Jurnal Perempuan*, 67, 6-7.
- Amiruddin, M. (2010b). Mitos kecantikan di media (Sebuah kritik feminis). *Jurnal Perempuan*, 67, 23-31.
- Barker, C. (2005). *Cultural studies: Theory and practice*. London: Sage Publications.
- Brake, M. (1985). *The invisible girl – The culture of femininity versus masculinism*. Dlm., *Comparative youth culture: The sociology of youth culture and youth subcultures in America, Britain and Canada*. New York: Routledge.
- Burton, G. (2008). *Media dan budaya populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Calderini, S. (2008). Islam and diversity: Alternative voices within contemporary Islam. *New Blackfriars*, 89(1021), 324-336.
- Clarke, J. (1975). *The skinheads & the magical recovery of community*. Dlm., Hall, S., & Jefferson, T., *Resistance through rituals youth subcultures in post-war Britain*. New York: Routledge.
- Che Su Binti Mustaffa, & Nan Zakiah Megat Ibrahim. (2014). Persepsi dan penggunaan media sosial dari perspektif ibu bapa: Satu analisis kualitatif. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 30, 43-74.
- Cohen, S. (1972). Folk devils and moral panics: The creation of the mods and rockers. *Urban Life and Culture*, 2(3), 380–381. doi: 10.1177/089124167300200308
- Collins, E. F., & E. Bahar. (2000). To know shame: Malu and its uses in Malay societies. *Crossroads: An Interdisciplinary Journal of Southeast Asian Studies*, 14(1), 35– 69.
- Destiana, I., Ali Salman., & Mohd. Helmi Abd. Rahim. (2013). Penerimaan media sosial: Kajian dalam kalangan pelajar universiti di Palembang. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 29(2), 125-140.
- Duncombe, S. (1997). *Notes from underground zines and the politics of alternative culture*. London: Verso.
- Garrat, D. (1997). *Youth in society*. California: Sage Publications.
- Gazalba, S. (1977). *Pandangan Islam tentang kesenian*. Kuala Lumpur: Penerbitan Pustaka Antara.
- Heryanto, A. (2014). *Identity and pleasure: The politics of Indonesian screen culture*. Singapore: NUS Press.
- Huq, R. (2006). *Beyond subculture*. New York: Routledge.
- Ibrahim, I. S. (2007). *Wanita, Media, mitos, dan makna pergulatan emansipasi dalam ruang publik*. Dlm., *Budaya populer sebagai komunikasi (Dinamika popscape dan mediascape di Indonesia kontemporer)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Iswara, D., & Pratiwi, Y. T. (2003). Perspektif perempuan pada program televisi: Sudah adakah?. *Jurnal Perempuan*, 28, 7-23.
- Kuen, C. H. (2019). *Malu sensitivity and the identities of non-heteronormative Malay Muslim men in peninsular Malaysia*. *Kajian Malaysia*, 37(1), 109-130.
- Kusumaningrum, A. (2003). Radio, media alternatif suara perempuan? *Jurnal Perempuan*, 28, 25-39.

- Laksmi, S., & Pawestri, T. (2010). ICT dan gerakan perempuan sebuah survei sederhana untuk memahami karakter penggunaan teknologi di kalangan aktivis perempuan. *Jurnal Perempuan*, 67, 77-83.
- Latiffah Pawanteh. 2003. Identity construction in a networked world: a look at young adults in Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 19, 133-145.
- LeVine, M. (2008). *Heavy metal Islam rock, resistance, and the struggle for the soul of Islam*. United States: The Crown Publishing Group.
- LeVine, M. (2009). Doing the devil's work: Heavy metal and the threat to public order in the Muslim World. *Social Compass*, 56(4), 564-576.
- Marshall, G. (1997). *Skinhead Nation*. Scotland: S.T. Publishing.
- Matsui, Y. (2002). *Perempuan Asia (dari penderitaan menjadi kekuatan)*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- McRobbie, A., & Garber, J. (1991a). *Girls and subcultures*. In, McRobbie, A., *Feminism and youth culture*. London: McMillan.
- McRobbie, A. (1991b). *Jackie: Romantic individualism and the teenage girl*. In, McRobbie, A., *Feminism and youth culture*. London: McMillan.
- McRobbie, A. (1994). *Postmodernism and popular culture*. London: Routledge.
- McQuail, D. (1983). *Mass communication theory*. London: Sage Publications.
- Nasution, S. (2003). Metode research. Jakarta: Bumi Aksara
- Nisa, E. F. (2013). The Internet subculture of Indonesian face-veiled women. *International Journal of Cultural Studies*, 16, 3.
- Nordstorm, S., & Herz, M. (2013). It's a matter of eating or being eaten' gender positioning and difference making in the heavy metal subculture. *European Journal of Cultural Studies*, 16(4), 453-467.
- Oetomo, M. (2003). "Chaos" Goyang Inul "Ngebor". Dlm. Inul, (pp. 5-9). Yogyakarta: Bentang.
- Purcell, N. J. (2003). *Death metal music: The passion and politics of a subculture*. London: McFarland & Company, Inc.
- Ragusa, A. T., & Ward, O. (2016). Caught in the web: Male Goths using online ICTs to transcend rural reality. *Journal Communication, Politics & Culture*, 49(2), 1-24.
- Reddick, B. H., & Beresin, E. V. (2002). Rebellious rhapsody metal, rap, community, and individuation. *Academic Psychiatry*, 26, 1.
- Roberts, D. F., Christenson, P. G., & Gentile, D. A. (2003). *The effects of violent music on children and adolescents*, (pp. 153-170). Dlm. Gentile, D. A., *Media violence and children: A complete guide for parents and professionals*. London: Praeger.
- Sanders, C. R. (1990). *Marginal conventions popular culture, mass media and social deviance*. Ohio: Bowling Green State University Popular Press.
- Schlesinger, P. (1978). *Putting reality together*. London: Constable.
- Tester, K. (1994). *Media, culture, and morality*. London: Routledge.
- Thompson, K. (1998). *Moral panics*. New York: Routledge.
- Thornton, S. (1995). *Club cultures: Music, media, and subcultural capital*. Cambridge: Polity Press.
- Vernallis, C. (2004). *Experiencing music video aesthetics and cultural context*. New York: Columbia University Press.
- Vine, I. (1997). *The dangerous psycho-logic of media effects*. Dlm., Barker, M., & Petley, J., *Ill effects the media/violence debate* (pp. 106-124). London: Routledge.

- Weinstein, D. (1991a). *Heavy metal the music and its culture*. Boston: Da Capo Press.
- Weinstein, D. (1991b). *Heavy metal: A cultural sociology*. New York: McMillan.
- Willis, P. (1977). *Learning to labour*. Farnborough: Saxon House.
- Young, S. (1988). Feminism and the politics of power. Dlm., *The female gaze: Women as viewers of popular culture* (pp. 261-282). London: The Women's Press Ltd.