

Komunikasi Simbolik dalam Perpaduan Subkultur Punk dan Nilai Religius

Ilham Maulana *, Ferry Darmawan

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ilhamilhammaulana258@gmail.com, ferry@unisba.ac.id.

Abstract. This study discusses symbolic communication in the fusion of the punk subculture and religious values through a case study of the band Sucka, which incorporates the hijab and Muslim attire in their stage performances. Sucka is a punk music group from Bandung known for their unique blend of Islamic cultural elements in their stage visuals, including the hijab, gamis, turban, and balaclava. This research adopts a qualitative approach using a case study method, with data collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation. Utilizing the theory of symbolic communication by Hall, Mead, and Geertz, as well as the social construction of reality theory by Berger and Luckmann, this study analyzes how the religious symbols worn by Sucka function as nonverbal communication media that shape audience perceptions of cultural identity, religiosity, and social critique. The findings reveal that Sucka successfully constructs a hybrid identity that combines punk's rebellious spirit with religious values, sparking public discourse on the representation of culture and religion within the music subculture. The symbols they use are not merely aesthetic but are integral to narratives of social solidarity, women's rights advocacy, and criticism of humanitarian issues such as the Palestinian conflict. These findings make a significant contribution to studies of cultural communication and subcultures, while broadening the understanding of the role of symbols in shaping collective identity in today's complex digital era.

Keywords: *Symbolic Communication, Punk Subculture, Cultural Identity, Religious Values, Band Sucka.*

Abstrak. Penelitian ini membahas komunikasi simbolik dalam perpaduan subkultur punk dan nilai religius melalui studi kasus band Sucka yang mengenakan hijab dan pakaian muslim dalam penampilan mereka. Band Sucka dikenal sebagai grup musik punk asal Bandung yang unik karena memadukan elemen budaya Islam dalam visual panggung mereka, seperti hijab, gamis, sorban, dan balaklava. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Dengan menggunakan teori komunikasi simbolik dari Hall, Mead, dan Geertz, serta teori konstruksi sosial realitas dari Berger dan Luckmann, penelitian ini menganalisis bagaimana simbol-simbol religius yang dikenakan band Sucka menjadi media komunikasi nonverbal yang membangun persepsi audiens terkait identitas budaya, religiusitas, dan kritik sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa band Sucka berhasil menciptakan identitas hibrida yang memadukan semangat perlawanan punk dengan nilai religius, serta memicu diskusi publik tentang representasi budaya dan agama dalam subkultur musik. Simbol-simbol yang mereka gunakan bukan sekadar estetika, melainkan bagian dari narasi solidaritas sosial, perjuangan hak-hak perempuan, serta kritik terhadap isu kemanusiaan seperti Palestina. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam kajian komunikasi budaya dan subkultur, serta memperluas pemahaman tentang peran simbol dalam membangun identitas kolektif di era digital yang kompleks.

Kata Kunci: *Komunikasi Simbolik, Subkultur Punk, Identitas Budaya, Nilai Religius, Band Sucka.*

A. Pendahuluan

Dengan mengedepankan nilai-nilai seperti perlawanan terhadap otoritas, kebebasan berekspresi, dan penolakan terhadap norma-norma mainstream, punk bukan hanya menjadi genre musik, tetapi telah berkembang menjadi sebuah gerakan budaya yang mengusung gaya hidup dan estetika yang unik. Band-band punk seringkali mengekspresikan ideologi ini melalui musik, fashion, dan sikap, menciptakan kontras yang mencolok dengan simbol-simbol budaya yang lebih tradisional. Salah satu dimensi menarik yang muncul dalam perkembangan subkultur ini adalah bagaimana ekspresi diri melalui fashion digunakan untuk menantang norma-norma yang telah mapan, termasuk dalam konteks religiusitas (Fathul Qorib, 2024)

Fenomena ini terlihat pada munculnya praktik kultural seperti Muslim punk, yang menggabungkan simbol-simbol religius seperti hijab ke dalam estetika punk sebagai bentuk perlawanan, ekspresi diri, dan konstruksi identitas baru. Ismail dan Liu (2024) mencatat bahwa pakaian dalam subkultur punk tidak hanya menjadi elemen estetika, tetapi juga menjadi media ekspresi dan resistansi terhadap struktur sosial. Dalam konteks Indonesia, hal ini menjadi semakin kompleks karena simbol-simbol religius seperti hijab atau gamis tidak hanya merepresentasikan identitas keagamaan, tetapi juga sarat dengan makna sosial, budaya, dan bahkan politik.

Salah satu contoh menarik dari persilangan ini dapat ditemukan dalam band punk asal Bandung bernama Sucka, yang tidak hanya memainkan musik punk dengan pengaruh Black Metal, Stoner Rock, dan Britpop, tetapi juga secara visual menghadirkan simbol-simbol Islam seperti gamis, hijab, peci, dan balaklava dalam performa mereka. Band ini membangun identitas visual yang menantang stereotip umum terhadap subkultur punk yang selama ini dianggap liar, anti-religius, dan tidak normatif. Justru melalui penggunaan simbol religius dalam konteks performatif, Sucka membangun narasi baru tentang keberagaman, keberanian, dan solidaritas sosial, terutama dalam mengangkat isu-isu kemanusiaan seperti Palestina (Ratu Helga Sarahdiva & Ahmadi, 2024)

Dalam budaya masyarakat Indonesia, simbol religius seperti hijab bukan hanya menandakan kesalehan, tetapi juga memuat muatan makna spiritual yang lebih dalam, sebagaimana dibahas dalam penelitian oleh Tijani, Junita, dan Darmawan (2022). Dalam konteks perilaku bisnis pengusaha Muslim, simbol religius dipahami sebagai bagian dari proses internalisasi nilai-nilai spiritualitas yang tidak hanya membentuk sikap personal, tetapi juga diwujudkan dalam tindakan sosial. Nilai-nilai seperti ikhlas dan istiqomah menjadi hasil dari penghayatan terhadap simbol-simbol tersebut yang terus diulang dan direfleksikan dalam kehidupan sehari-hari. Pemaknaan ini dapat dibandingkan dengan praktik simbolik yang dilakukan Band Sucka, di mana penggunaan simbol agama di ruang publik seperti panggung musik bukan dimaksudkan sebagai ritual formal, melainkan sebagai bentuk komunikasi simbolik yang sarat makna sosial dan ideologis.

Dengan mengadopsi pendekatan kualitatif dan teori komunikasi simbolik (Hall, Mead, Geertz) serta konstruksi sosial realitas (Berger & Luckmann), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana simbol-simbol religius digunakan oleh Band Sucka sebagai media komunikasi nonverbal dalam membentuk identitas kolektif, membangun kritik sosial, serta mengaburkan batas antara yang sakral dan profan. Penelitian ini juga ingin memperlihatkan bahwa dalam era digital yang kompleks, identitas budaya tidak lagi bersifat kaku, tetapi bersifat cair dan dapat dinegosiasikan ulang melalui simbol, ekspresi visual, dan narasi sosial.

Fenomena ini tidak berdiri sendiri. Dalam studi mengenai hijab dan subkultur punk oleh Ismail & Liu (2022), ditemukan bahwa penggunaan hijab oleh perempuan dalam komunitas punk di Indonesia merupakan bentuk perlawanan identitas dan penciptaan ruang alternatif di mana religiusitas dapat bersanding dengan ekspresi subversif. Praktik ini disebut “punk hijabis”, sebuah bentuk identitas ganda yang tidak sekadar mencampur dua dunia, tetapi membangun narasi baru yang otentik.

Hal ini juga selaras dengan temuan Otterbeck (2008), yang menyatakan bahwa ekspresi keagamaan dalam budaya populer, termasuk musik, bukan semata-mata bentuk hiburan, tetapi merupakan respons terhadap dominasi budaya sekuler dan global. Dalam kasus Sucka, simbol religius menjadi alat untuk merespons isu sosial-politik global seperti Palestina, sekaligus menjadi media untuk mendefinisikan ulang punk sebagai ruang yang tidak harus anti-agama.

Lebih lanjut, simbol seperti hijab bukan lagi sekadar penanda identitas religius, tetapi telah mengalami transformasi sebagai “fashion statement” dan simbol politis yang cair. Tarlo (2007) menyatakan bahwa dalam konteks urban kosmopolitan, hijab menjadi artefak simbolik yang bisa bermakna ganda: religius, estetis, hingga subversif, tergantung pada siapa yang menggunakannya dan

dalam konteks apa.

Dalam ruang budaya populer Indonesia, penggunaan simbol-simbol agama oleh kalangan muda juga menunjukkan bagaimana identitas dikonstruksi dalam tarik-menarik antara kenikmatan visual, nilai-nilai religius, dan kritik sosial. Heryanto (2011) menyebut ini sebagai bagian dari “politik kenikmatan” yakni bagaimana anak muda menyerap simbol secara kreatif untuk membangun identitas dan wacana tandingan di tengah banjir media dan budaya arus utama.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial melalui makna-makna yang dikonstruksi oleh subjek penelitian. Metode yang digunakan adalah studi kasus, dengan Band Sucka sebagai unit kasus tunggal. Paradigma yang dianut adalah konstruktivisme, yang memandang realitas sebagai hasil dari konstruksi sosial, serta memfokuskan pada bagaimana individu atau kelompok memberi makna terhadap simbol dan tindakan mereka dalam interaksi sosial.

1. Penentuan Fokus Penelitian: Peneliti menetapkan fokus pada komunikasi simbolik melalui penggunaan pakaian muslim oleh Band Sucka dalam konteks subkultur punk.
2. Pengumpulan Data: Data dikumpulkan melalui:
 - a. Wawancara mendalam dengan personil inti Band Sucka dan manajer untuk memahami motivasi, makna simbolik, dan respons terhadap identitas visual mereka.
 - b. Observasi non-partisipatif terhadap penampilan langsung band, guna menangkap dinamika visual, ekspresi simbolik, dan respons audiens secara natural.
 - c. Dokumentasi seperti video pertunjukan, unggahan media sosial, serta arsip pemberitaan yang relevan.
3. Reduksi Data: Data yang telah terkumpul diseleksi dan dikelompokkan sesuai dengan kategori tematik seperti simbol visual, respons audiens, makna budaya, dan ideologi.
4. Penyajian Data: Data disajikan dalam bentuk naratif tematik untuk mempermudah analisis terhadap pola komunikasi simbolik yang terjadi.
5. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi: Peneliti menarik makna dan pola dari data tematik untuk membangun pemahaman atas fenomena simbolik tersebut. Validasi dilakukan dengan triangulasi sumber dan membandingkan antara hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Pendekatan ini memberikan fleksibilitas analisis terhadap dinamika simbol yang tidak tunggal dan sangat bergantung pada konteks sosial serta interpretasi audiens. Dengan demikian, metode ini cocok untuk menggali makna simbolik yang kompleks seperti dalam kasus Band Sucka.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Identitas Band Sucka dalam Subkultur Punk dan Budaya Islam

Band Sucka menjadi contoh konkret bagaimana identitas budaya dibangun, dinegosiasikan, dan dikomunikasikan melalui simbol. Dalam konteks ini, identitas bukanlah sesuatu yang statis atau melekat secara tetap pada individu atau kelompok, melainkan merupakan hasil dari proses sosial yang kompleks, yang dikonstruksi melalui interaksi, simbol, dan wacana. Band ini secara aktif membentuk identitas hibrida yaitu identitas yang merangkul dua kutub yang tampak kontradiktif: punk dan religiusitas Islam.

Dalam kerangka teori komunikasi simbolik (George H. Mead), simbol menjadi fondasi dasar dalam pembentukan makna sosial. Simbol bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga sarana untuk membangun realitas bersama. Melalui penampilan panggung yang menggunakan atribut religius seperti hijab, gamis, sorban, dan peci, Band Sucka mengundang penonton untuk menafsirkan pesan-pesan yang tidak diucapkan secara verbal. Pakaian dan atribut itu menjadi representasi dari nilai, posisi ideologis, dan bahkan identitas politis mereka.

Lebih jauh, Herbert Blumer dalam interaksionisme simbolik menekankan bahwa makna muncul dari interaksi sosial dan dipertahankan melalui proses interpretasi yang terus-menerus. Band

Sucka tidak hanya menyampaikan pesan secara satu arah, tetapi mengundang publik untuk membangun makna bersama terhadap apa yang mereka tampilkan. Dalam pertunjukan mereka, penonton menjadi bagian dari proses penciptaan identitas band melalui interpretasi, diskusi, hingga pro-kontra yang muncul di ruang publik dan media sosial.

Teori Stuart Hall tentang encoding-decoding juga sangat relevan dalam melihat bagaimana simbol yang dikenakan Sucka dipahami secara beragam oleh audiensnya. Saat mereka mengenakan hijab di atas panggung, mereka meng-encode pesan tentang solidaritas, spiritualitas, dan perlawanan terhadap sistem. Namun, audiens akan melakukan proses decoding yang berbeda-beda, ada yang memaknai secara positif sebagai bentuk dakwah kultural, ada pula yang memandangnya sebagai provokasi atau pencampuradukkan antara yang sakral dan yang profan.

Dalam perspektif konstruksi sosial realitas (Berger & Luckmann), identitas visual Band Sucka telah mengalami tiga tahap penting: eksternalisasi (penyampaian simbol ke luar), objektifikasi (simbol mulai dipahami sebagai bagian dari identitas band), dan internalisasi (publik atau audiens mengadopsi makna simbol tersebut dalam kesadaran mereka). Dengan demikian, Band Sucka tidak hanya menciptakan penampilan, tetapi membentuk realitas sosial baru yaitu realitas tentang kemungkinan hadirnya religiusitas dalam budaya subversif seperti punk.

Keberanian mereka membaurkan simbol Islam dengan semangat perlawanan punk menjadi praktik counter-hegemonic, sebagaimana dikemukakan oleh John B. Thompson. Dalam kerangka ini, simbol religius tidak lagi tunduk pada narasi konservatif dominan, tetapi dijadikan alat untuk menantang dan menggugat batas-batas ideologis yang mapan. Band Sucka berhasil menunjukkan bahwa religiusitas tidak identik dengan kepatuhan membuta, tetapi bisa menjadi bentuk ekspresi kritis terhadap ketidakadilan sosial, ketimpangan budaya, dan kemapanan ideologi arus utama.

Lebih jauh, bentuk ideologi yang ditampilkan Sucka juga bisa dilihat dalam kacamata John B. Thompson dan Jorge Larraín, yang menekankan bahwa ideologi beroperasi tidak hanya pada tingkat wacana, tetapi juga simbol, gaya hidup, dan representasi visual. Dalam konteks ini, Sucka menggunakan simbol Islam untuk menciptakan “ideologi tandingan” yang melawan hegemoni budaya sekuler ataupun religius konservatif yang sering mendominasi ruang publik.

Hal ini menegaskan bahwa identitas band tidak sekadar dibentuk dari dalam, tetapi juga melalui proses simbolisasi eksternal yang dibaca publik. Seperti yang diungkap oleh Ismail & Liu (2022), ruang subkultur menjadi medan negosiasi di mana simbol Islam dipertaruhkan dalam identitas yang hibrid dan cair.

Dengan demikian, apa yang dilakukan Band Sucka sejatinya adalah praktik representasi budaya yang kompleks, di mana simbol keagamaan tidak hanya berfungsi sebagai penanda identitas, tetapi juga sebagai alat komunikasi sosial, artikulasi ideologis, dan bahkan resistensi politik.



Gambar 1. Band Sucka

Komunikasi Simbolik melalui Pakaian Muslim dalam Membangun Persepsi Audiens

Band Sucka menjadikan komunikasi simbolik sebagai strategi utama dalam menyampaikan pesan-pesan mereka kepada audiens. Melalui simbol visual seperti hijab, sorban, gamis, dan balaklava yang dikenakan saat tampil di panggung. Mereka tidak hanya membentuk identitas visual tetapi juga membangun narasi dan memicu tafsir sosial yang beragam. Dalam konteks ini, komunikasi tidak

hanya berlangsung secara verbal, tetapi juga secara nonverbal dan visual.

Dalam teori komunikasi nonverbal, simbol pakaian memiliki fungsi ekspresif dan instrumental. Ia menyampaikan pesan tentang siapa kita, nilai apa yang kita yakini, serta posisi sosial atau ideologis apa yang kita ambil. (Kustiawan, 2022) menyatakan bahwa simbol visual seperti pakaian dapat menyampaikan pesan identitas yang kuat dan seringkali lebih berdampak daripada kata-kata. Ketika Band Sucka tampil mengenakan pakaian yang biasanya diasosiasikan dengan kegiatan keagamaan di dalam masjid namun mereka melakukannya di atas panggung konser punk, maka terjadi benturan makna yang menarik.

Di sinilah peran teori encoding-decoding Hall kembali penting. Band Sucka meng-encode simbol religius dalam konteks yang tidak lazim—panggung musik—sehingga memaksa audiens untuk decode dengan cara yang tidak biasa pula. Beberapa audiens mungkin merasa bahwa penggunaan simbol religius tersebut merupakan bentuk penghormatan dan refleksi spiritual, sementara yang lain mungkin menganggapnya sebagai tindakan ofensif atau blasphemous. Namun justru dalam keragaman respons inilah terletak kekuatan komunikasi simbolik.

Dalam konteks interaksionisme simbolik, simbol tidak memiliki makna tunggal. Makna simbol terus berubah tergantung pada konteks sosial, interaksi, dan posisi individu dalam masyarakat. Sucka menggunakan simbol untuk mengaburkan batas antara yang religius dan yang profan, antara yang normatif dan yang subversif. Mereka menciptakan ruang budaya baru yang tidak hanya mempertanyakan sistem, tetapi juga membuka kemungkinan baru dalam memahami identitas, kepercayaan, dan ekspresi.

Selain itu, komunikasi simbolik Band Sucka membuka ruang untuk praktik komunikasi ideologis. Simbol agama yang selama ini diasosiasikan dengan ruang sakral difungsikan ulang sebagai alat kritik terhadap ketimpangan sosial dan isu kemanusiaan. Ini sejalan dengan praktik simbolik yang dilakukan oleh pengusaha Muslim dalam penelitian Tijani et al. (2022), di mana simbol religius seperti shalat tahajud atau wiridan menjadi sarana internalisasi nilai yang diwujudkan dalam tindakan sosial sehari-hari. Dalam hal ini, Band Sucka dan pengusaha Muslim sama-sama menggunakan simbol sebagai “jembatan” antara nilai spiritual dan tanggung jawab sosial.

Pakaian religius yang dikenakan Sucka berfungsi sebagai bentuk komunikasi lintas identitas. Ia menjembatani antara audiens punk yang biasanya identik dengan pemberontakan dan audiens religius yang cenderung normatif. Dalam hal ini, mereka menciptakan semacam dialog visual yang menyatukan dua kutub yang selama ini dianggap bertentangan. Hal ini menunjukkan bahwa simbol dapat menjadi alat transformasi sosial yang tidak hanya mengandung makna, tetapi juga kekuatan untuk mengubah persepsi publik secara luas.

Seperti halnya temuan Tarlo (2007), hijab di ruang publik tidak lagi terbatas pada tafsir kesalehan, tetapi menjadi medium yang dapat disisipkan makna personal, sosial, bahkan politis. Dalam konteks Sucka, hijab dan pakaian muslim bukan digunakan sebagai penanda kesalehan normatif, melainkan sebagai alat komunikasi visual yang mengguncang batas-batas antara yang sakral dan yang profan.

Terkait hal itu, Ismail & Liu (2022) menunjukkan bahwa hijab dalam komunitas punk berfungsi sebagai simbol perlawanan terhadap marginalisasi ganda: baik dari lingkungan religius konservatif maupun komunitas punk yang sekuler. Situasi ini juga dialami Sucka, di mana audiens pun terbagi antara yang mengapresiasi simbol religius sebagai kekuatan pesan, dan yang memandangnya sebagai kontradiksi dari nilai punk itu sendiri.

Lebih lanjut, menurut Heryanto (2011), budaya populer di Indonesia mengizinkan adanya kontestasi makna atas simbol, di mana publik muda dapat merekayasa ulang simbol-simbol seperti hijab untuk menegosiasikan nilai-nilai yang mereka anggap penting. Dalam hal ini, simbol religius di tangan Sucka menjadi jembatan antara dunia spiritual dan budaya tandingan yang penuh kritik dan energi sosial.

Motivasi Band Sucka Menggunakan Pakaian Muslim Saat Perform

Motivasi Band Sucka untuk menggunakan pakaian religius saat tampil di panggung bukan berasal dari keinginan untuk mengklaim identitas keagamaan secara eksklusif, melainkan untuk membangun makna simbolik yang kaya dan berlapis. Mereka melihat bahwa simbol-simbol agama memiliki daya untuk menyentuh audiens di tingkat yang lebih dalam di tingkat spiritual, moral, dan sosial. Dalam hal ini, motivasi mereka bisa dilihat sebagai bentuk komunikasi ekspresif yang

performatif, sebagaimana dijelaskan oleh Austin dan Searle dalam teori tindak tutur (speech act theory), bahwa setiap tindakan komunikasi adalah tindakan sosial.

Lebih jauh, motivasi mereka tidak hanya berdasarkan strategi komunikasi artistik, tetapi juga karena nilai-nilai spiritual dan sosial yang telah mereka internalisasi. Dalam hal ini, teori internalisasi Berger & Luckmann dan juga Schutz sangat relevan. Band Sucka mengalami serangkaian pengalaman sosial dan spiritual yang kemudian membentuk cara pandang mereka terhadap identitas, religiusitas, dan keadilan sosial. Mereka menjadikan simbol religius sebagai hasil dari proses pengalaman, bukan hanya sebagai pilihan gaya.

Dalam penelitian Tijani et al. (2022), pengusaha Muslim memaknai praktik spiritual seperti shalat tahajud dan wiridan sebagai bentuk ikhtiar untuk mencapai keberkahan dalam hidup. Motif yang melandasi tindakan mereka tidak semata karena kewajiban ritual, tetapi karena pengalaman hidup yang mendorong mereka untuk melihat spiritualitas sebagai fondasi utama dalam aktivitas sosial. Pola ini juga terlihat dalam motivasi Band Sucka. Simbol yang mereka gunakan bukan untuk menunjukkan kesalehan, tetapi sebagai sarana menyampaikan nilai-nilai yang mereka yakini penting: solidaritas, keadilan, perlawanan terhadap opresi, dan dukungan terhadap kelompok-kelompok tertindas seperti Palestina.

Dalam perspektif komunikasi budaya, tindakan Band Sucka dapat dibaca sebagai bentuk cultural resistance (resistensi budaya). Mereka mengintervensi ruang budaya populer dengan memasukkan nilai-nilai spiritual yang biasanya tidak hadir dalam subkultur punk. Ini merupakan bentuk komunikasi yang bersifat kontekstual dan ideologis, di mana simbol religius menjadi wacana tandingan terhadap kapitalisme budaya dan komodifikasi identitas yang kerap terjadi di industri musik.

Simbol-simbol yang digunakan oleh Band Sucka juga memperlihatkan adanya proses frame building (pembingkaihan) dalam komunikasi massa, di mana mereka berupaya membentuk cara audiens memahami dunia melalui cara mereka menampilkan diri. Dengan berpakaian religius, mereka tidak hanya memaknai ulang punk, tetapi juga memperluas makna hijab, sorban, dan peci dari sekadar simbol keagamaan menjadi alat komunikasi sosial.

Sebagaimana yang ditemukan dalam studi oleh Tijani & Darmawan (2021), nilai-nilai spiritual seperti keikhlasan dan istiqamah tidak hanya menjadi fondasi tindakan individu dalam bisnis atau kehidupan pribadi, tetapi juga menjadi motivasi dalam tindakan sosial yang lebih luas. Dalam konteks ini, Band Sucka memanfaatkan simbol religius tidak hanya untuk membentuk citra, tetapi untuk menyampaikan makna internal yang telah mereka hayati secara kolektif.

Motivasi mereka juga sangat erat dengan praktik keberagamaan sebagai bentuk ekspresi sosial. Dalam konteks ini, Otterbeck (2008) menyebut bahwa musik bisa menjadi saluran spiritualitas alternatif bagi kalangan muda Muslim, yang tidak menemukan ruang di institusi keagamaan formal. Sucka membuktikan bahwa spiritualitas tidak harus hadir dalam bentuk ritualistik, tetapi juga bisa lahir dalam bentuk aksi, penampilan, dan pesan sosial yang kuat.

Bahkan, menurut Larrain (1983), tindakan budaya seperti ini dapat menciptakan ideologi baru di mana identitas religius dan ekspresi subkultural bukanlah entitas yang saling menegasikan, tetapi justru memperkaya representasi diri anak muda. Dengan memakai simbol Islam secara strategis dan kontekstual, Band Sucka menunjukkan bahwa motivasi spiritual bisa hadir dalam wujud kritik, bukan hanya dalam bentuk kepatuhan normatif.

Maka dapat disimpulkan bahwa motivasi Band Sucka bersifat multidimensi: spiritual, ideologis, komunikatif, dan estetis. Mereka menggunakan simbol agama sebagai medium untuk menjembatani berbagai identitas sosial, memperluas makna religiusitas dalam budaya populer, serta menyuarkan kritik sosial dengan cara yang estetis namun penuh makna.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi simbolik yang dibangun oleh Band Sucka melalui penggunaan atribut religius dalam penampilan panggung punk bukan sekadar bentuk ekspresi estetika, tetapi merupakan strategi simbolik yang kompleks dan reflektif. Simbol-simbol seperti hijab, gamis, peci, dan sorban berperan sebagai alat komunikasi budaya dan ideologis, yang memicu tafsir beragam dari publik dan memperkuat identitas hibrida antara religiusitas dan subkultur.

Identitas visual dan musikal Band Sucka tidak hanya merepresentasikan keberanian dalam

menabrak norma, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk membangun solidaritas terhadap isu-isu global seperti Palestina, serta membentuk ruang baru untuk memahami ulang makna punk dan Islam dalam lanskap budaya urban. Komunikasi simbolik mereka telah menciptakan diskursus budaya baru yang menantang pembakuan simbol dan memperluas ranah ekspresi budaya alternatif.

Kontribusi penelitian ini terletak pada pengayaan kajian komunikasi simbolik dalam ranah budaya populer dan subkultur, khususnya pada penggunaan simbol religius sebagai strategi komunikasi dan ideologis dalam musik punk. Penelitian ini juga menunjukkan bagaimana simbol dapat dimobilisasi untuk membentuk identitas kolektif, menyuarakan kritik sosial, dan membangun dialog lintas identitas.

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek kajian pada subkultur lain yang juga mengadopsi nilai-nilai religius dalam ekspresi budaya populer. Penelitian komparatif antar kelompok musik dengan pendekatan simbolik yang berbeda juga dapat membuka pemahaman lebih lanjut tentang dinamika konstruksi identitas budaya di masyarakat multikultural dan multireligius seperti Indonesia. Peneliti selanjutnya juga dapat mengeksplorasi respons audiens secara lebih mendalam dengan pendekatan etnografi atau analisis resepsi.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa mendukung dalam segala proses di masa perkuliahan. Terimakasih kepada dosen pembimbing penulis Yth Dr Ferry Darmawan S.Sos.,M.Ds. yang sudah membimbing dan memberi masukan selama penulisan artikel ini. Kepada teman-teman masa perkuliahan yang juga senantiasa membantu dan memberikan dukungan. Terakhir, kepada diri saya sendiri Ilham Maulana, yang sudah berusaha sejauh ini

Daftar Pustaka

- Fathul Qorib. (2024). Tinjauan Singkat Teori Komunikasi; Sejarah, Konsep, Perkembangan, dan Tantangannya. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 4(1).
- Ratu Helga Sarahdiva, & Ahmadi, D. (2024). Strategi Marketing Komunikasi pada Channel Youtube "Jurnal Risa." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 81–88.
<https://doi.org/10.29313/jrmk.v4i2.4029>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The social construction of reality*. Penguin Books.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. University of California Press.
- Darmawan, F., Tijani, N., & Junita, I. (2022). Makna spiritualitas dalam perilaku bisnis pengusaha Muslim. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 53–64.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2087>
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. Basic Books.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128–138). Routledge.
- Heryanto, A. (2011). *Identitas dan kenikmatan: Politik budaya layar Indonesia*. Kepustakaan Populer Gramedia.

- Ismail, F., & Liu, F. (2022). Punk Hijabis: Islamic identity and resistance in contemporary Indonesian subculture. *Asian Journal of Cultural Studies*, 18(1), 33–48.
- Kustiawan, A. (2022). Komunikasi nonverbal dalam ekspresi identitas: Kajian pakaian sebagai simbol sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 112–125.
- Kustiawan, U. (2022). Komunikasi nonverbal dalam praktik budaya. Universitas Indonesia Press.
- Larrain, J. (1983). *Marxism and ideology*. Macmillan Education.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society*. University of Chicago Press.
- O'Hara, C. (1999). *The philosophy of punk: More than noise*. AK Press.
- Otterbeck, J. (2008). Battling over the public sphere: Islamic reactions to the music of today. *Contemporary Islam*, 2(3), 211–228. <https://doi.org/10.1007/s11562-008-0065-9>
- Poloma, M. M. (2013). *Sosiologi kontemporer*. PT RajaGrafindo Persada.
- Tarlo, E. (2007). Islamic cosmopolitanism: The sartorial biographies of three Muslim women in London. *Fashion Theory*, 11(2–3), 143–172. <https://doi.org/10.2752/136270407X202108>
- Thompson, J. B. (1990). *Ideology and modern culture: Critical social theory in the era of mass communication*. Stanford University Press.
- Tijani, N., & Darmawan, F. (2021). Spiritualitas dan identitas dalam bisnis Islam kontemporer. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 4(1), 45–56.
- .