

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Signifikansi Penelitian

Komunikasi menjadi bagian penting dalam hidup manusia. Sebagai makhluk sosial yang hidup secara individu, kelompok, dan bermasyarakat manusia perlu berkomunikasi guna menjalin kontak satu sama lain, sebagai sarana untuk berekspresi atau berpendapat, meminta pertolongan jika mendapat kesusahan, dan untuk memengaruhi orang lain agar berpikir atau berperilaku seperti yang diinginkan. Komunikasi adalah proses penyampaian ide atau gagasan dari sumber kepada seorang penerima atau lebih dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku mereka. Peran komunikasi begitu penting dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi baik secara verbal maupun nonverbal menjadi cara manusia bahkan hewan untuk menunjukkan eksistensinya. Selain itu, lewat komunikasi manusia juga menangkap fenomena lewat panca inderanya dan terbentuklah sebuah persepsi tentang lingkungannya baik fisik maupun sosial.

Persepsi adalah inti komunikasi. Bila persepsi individu berbeda satu sama lain, maka proses komunikasi menjadi terhambat. Persepsi adalah proses menafsirkan suatu peristiwa atau kejadian yang terjadi di lingkungan fisik maupun sosialnya dengan kemampuan pengindraan. Persepsi dapat terbentuk jika individu menggunakan panca indra (mata, hidung, telinga, lidah, dan kulit) untuk mengamati atau merasakan lingkungannya tersebut. Persepsi terjadi pada diri setiap individu. Oleh karena persepsi diartikan sebagai proses menyimpulkan informasi dan menafsirkan pengalaman tentang objek atau peristiwa maka persepsi dapat terjadi dalam proses komunikasi. Salah satunya komunikasi kelompok.

Komunikasi kelompok adalah proses penyampaian gagasan atau ide di dalam suatu kelompok. Kelompok merupakan sekumpulan orang yang memiliki tujuan bersama, yang berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meski tiap anggota boleh jadi punya peran berbeda. Komunikasi kelompok

melibatkan komunikasi antarpribadi, sebab kelompok adalah sekumpulan individu yang bergabung karena memiliki minat yang sama. Komunitas adalah salah satu bentuk dari kelompok.

Individu yang bergabung ke sebuah komunitas salah satunya disebabkan karena faktor kesamaan usia, profesi, hobi, agama, etnis, suku, ras, pendidikan, maupun ideologi. Komunitas menjadi wadah untuk menjalin hubungan yang erat atas dasar kesamaan tersebut. Dari situ muncul rasa solidaritas dan loyalitas anggota kelompok karena mereka sadar kalau mereka adalah bagian dari kelompok. Adapun komunitas di dalam kehidupan bermasyarakat punya karakteristik masing-masing, salah satunya komunitas punk.

Komunitas punk adalah sekumpulan individu yang memiliki kesamaan ideologi atau pandangan terhadap subkultur punk. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi V (2016) punk artinya pemuda yang ikut gerakan menentang masyarakat yang mapan, dengan menyatakannya lewat musik, gaya berpakaian, dan gaya rambut yang khas. Punk sebagai bagian dari subkultur yang lahir dari Inggris di tahun 1970-an memiliki pandangan dan penampilan yang berbeda dari masyarakat umum. Punk merupakan kaum muda yang lahir dari reaksi atas dominasi kemapanan dan kondisi dunia yang kacau balau terutama karena kebijakan para pelaku politik yang justru melahirkan tingginya tingkat pengangguran dan melebarnya kesenjangan sosial.

Komunitas punk di Indonesia termasuk yang terbesar. *Profane Existence*, sebuah *fanzine* asal Amerika menulis bahwa Indonesia dan Bulgaria adalah negara dengan perkembangan punk menempati peringkat teratas dunia (Widya, 2017, h. 121). Tak hanya itu, berita dari *republika.co.id* (2014) berjudul “Kelompok Punk Bawah Tanah Indonesia Terbesar di Dunia” juga melaporkan bahwa, “Tampaknya tidak ada yang tahu, bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan banyak *punkers* yang bergerak sembunyi-sembunyi.”

Anak punk (*punkers*) biasanya memakai busana dan aksesoris yang unik, beda, terkesan “mengancam”, dan urakan. Penggunaan jaket kulit hitam atau jin lusuh, celana jin ketat atau robek, tindik, tato, sepatu boots, dan gaya rambut mohawk ala suku Indian menjadi fesyen khas anak punk. Punk juga bukan hanya

Ardhi Ridwansyah, 2020

**PERSEPSI KOMUNITAS PUNK TENTANG GAYA HIDUP KONSUMTIF GENERASI MILENIAL (Studi Terhadap Komunitas Punk “Taring Babi”)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

fesyen, tapi meliputi genre musik (punk rock) dan ideologi (anti-kemapanan, anarkisme, dan etos *Do It Yourself*).

Punk sebagai subkultur yang memiliki dandanan nyentrik yang berbeda pada masyarakat umumnya tentu menjadi sorotan. Penampilan lusuh dan urakan yang melekat dalam fesyen punk serta perilaku onar dari orang-orang yang menganggap dirinya “punk” menjadi momok bagi citra punk itu sendiri. Timbul persepsi yang buruk dari masyarakat terhadap anak punk bahwa anak punk adalah segerombolan remaja yang berperilaku negatif.

Persepsi buruk tersebut dapat tercipta karena individu pernah mendapat pengalaman seperti itu atau terbentuk karena berita yang berkembang di masyarakat. Salah satu contoh berita mengenai kehidupan anak punk yang destruktif ada dalam berita *rmoljateng.com* (2020) berjudul “27 Anak Punk Di Jepara Ditangkap”. Isi berita itu menjelaskan bahwa Pemerintah Kabupaten Jepara menangkap 27 anak punk dari sejumlah lokasi seperti terminal, stadion, pasar, dan *traffic light*. Penangkapan anak punk itu dilakukan oleh tim gabungan mulai dari Satpol PP, TNI, Polri, hingga organisasi perangkat daerah (OPD) terkait. Keresahan warga atas keberadaan anak punk tersebut jadi dasar dilakukannya razia.

Tentu berita semacam itu bisa membuat masyarakat kerap memandang negatif anak punk tanpa pandang bulu, padahal tidak semua anak punk seperti itu. Bahayanya, anak punk bisa mengalami diskriminasi sosial dari warga sekitar. Imbauan dari pejabat publik untuk tidak memandang buruk anak punk datang dari Walikota Malang, Sutiaji. Dia mengimbau agar masyarakat jangan langsung memandang buruk anak punk, “Jangan kita melihat anak punk itu jelek. Tidak boleh. Jadi, harus kita urai kenapa dia begitu. Tidak langsung divonis.” (Izzah, 2019)

Masyarakat sudah lumrah memberikan persepsinya kepada anak punk. Punk tak dimungkiri menjadi identitas yang identik dengan keonaran dan tindak kriminalitas di mata khalayak. Akan tetapi, anak punk di Indonesia yang notabene tumbuh menjadi komunitas punk yang perkembangannya menempati peringkat teratas dunia, belum mendapat kesempatan untuk mempersepsikan lingkungan sosialnya. Mereka terpinggirkan dalam kehidupan bermasyarakat. Padahal

**Ardhi Ridwansyah, 2020**

**PERSEPSI KOMUNITAS PUNK TENTANG GAYA HIDUP KONSUMTIF GENERASI MILENIAL (Studi Terhadap Komunitas Punk “Taring Babi”)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

komunitas punk juga kumpulan individu yang memiliki kemampuan pengindraan sehingga mampu mempersepsikan keadaan di sekitarnya. Sepatutnya komunitas punk diberi kesempatan untuk mempersepsikan suatu fenomena atau peristiwa, salah satunya tentang gaya hidup konsumtif generasi milenial.

Generasi milenial atau Generasi Y adalah kelompok demografis setelah Generasi X. Belum jelas batas awal dan akhir generasi ini, namun umumnya peneliti mematok seseorang yang lahir tahun 1980-an sampai 2000-an sebagai generasi milenial. Rentang tahun tersebut juga menjadi patokan generasi milenial di Indonesia. Jadi generasi milenial di Indonesia saat ini berkisar usia 20-40 tahun (BPS, 2018).

Di Indonesia, generasi milenial jadi perbincangan hangat. Pasalnya, generasi yang tergolong berusia produktif ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi Indonesia untuk menyongsong bonus demografi tahun 2045. Menurut data Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) ada 63 juta milenial atau penduduk usia 20-35 tahun. Melimpahnya penduduk milenial itu membuka peluang Indonesia untuk menembus status negara berpendapatan tinggi di tahun 2045. (IDN Research Institute, 2019)

Generasi milenial punya karakteristik tersendiri. Karena generasi ini lahir di era teknologi dan informasi yang berkembang, maka tak heran generasi milenial akrab dengan penggunaan teknologi dan jaringan internet. Selain itu, generasi ini juga menggandrungi budaya populer seperti musik. Di balik itu semua, generasi milenial pun mendapat sorotan dari media massa hal ini terkait dengan gaya hidup konsumtifnya.

Gaya hidup dapat diartikan sebagai pola yang digunakan seseorang untuk menjalani hidup, serta bagaimana ia menghabiskan waktu serta uangnya. Intinya, gaya hidup adalah pola bagaimana seseorang menjalani hidupnya. Di sisi lain konsumtif merupakan pembelian barang yang berlandaskan keinginan bukan kebutuhan.

Gaya hidup konsumtif generasi milenial dipengaruhi oleh budaya digital dan penggunaan internet. Menurut pengamat *digital lifestyle* Ben Soebiakto, sekitar

49 persen dari total pengguna internet di Indonesia tahun 2018 yang berjumlah 143, 26 juta orang, berasal dari kalangan generasi milenial. Milenial menggunakan internet bukan hanya untuk berkomunikasi atau mengonsumsi konten tetapi juga untuk melakukan transaksi. Hal ini tentu memudahkan milenial untuk melakukan segala jenis transaksi mulai dari transportasi, beli makanan, jalan-jalan hingga belanja pakaian dan kebutuhan sehari-hari. “Di sisi lain budaya digital dan penggunaan internet untuk transaksi ini telah membuat generasi milenial sangat konsumtif.” (*cnnindonesia.com*, 2018)

Riset yang digelar lembaga independen Provetic tentang perilaku belanja konsumen menunjukkan para generasi milenial memiliki perilaku menabung untuk hal-hal yang bersifat konsumtif seperti beli tiket konser, musik atau untuk keperluan wisata. Dalam riset berbasis media yang dilakukan selama 1 Desember 2015 hingga 31 Januari 2016, sebanyak 41% dari 7.809 perbincangan mengenai alasan utama menabung demi keperluan konsumtif. Temuan lainnya, 38% dari 7.757 responden masih menggunakan uang dari ibu atau orang tua mereka dalam metode pembayaran, selain penggunaan kartu debit yang populer.

“Menggunakan uang orang tua adalah jalan pintas bagi generasi milenial ketika berhadapan dengan masalah keuangan. Hal ini mengejutkan dan kita dapat melihat bahwa generasi milenial masih kurang menganggap penting manfaat perencanaan keuangan bagi masa depan mereka,” jelas CEO Provetic, Iwan Setyawan. (Sitorus, 2016)

Pakar Perencanaan Keuangan Universitas Indonesia (UI), Zaafri Husodo menyebut 60% dari gaji generasi milenial hanya digunakan untuk hura-hura, kongkow, dan biaya konsumtif lainnya. Salah satunya tentu cicilan kartu kredit. Dalam hal ini, ia mengimbau agar generasi ini sudah mesti mulai memikirkan kehidupan jangka panjang ketimbang jangka pendek, misalnya dengan membeli properti atau melakukan investasi. (*jpnn.com*, 2017)

Berdasarkan hasil tim riset *tirto.id*, generasi milenial menghabiskan uangnya untuk beberapa hal: makan di luar (71,4%), bahan makanan yang tersisa (31,7%), alkohol (27,4%), hura-hura ke bioskop, konser, atau dugem (26,5%), dan belanja bahan makanan (24,9%). Semakin bertambahnya usia tentu para

**Ardhi Ridwansyah, 2020**

**PERSEPSI KOMUNITAS PUNK TENTANG GAYA HIDUP KONSUMTIF GENERASI MILENIAL (Studi Terhadap Komunitas Punk “Taring Babi”)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

milenial harus mulai berpikir lebih bijak dalam mempersiapkan masa depan, caranya dengan mulai berinvestasi dan mengelola keuangan. Bila tak dilakukan, maka bersiap sengsara di masa tua. (Debora, 2017)

Dalam artikel berjudul, “Budaya Konsumtif yang Mengancam Generasi Milenial” (2018) dijelaskan bahwa generasi milenial Indonesia bisa saja menderita affluenza akibat dari gaya hidup konsumtifnya itu. Penderita affluenza mempunyai pandangan bahwa uang dapat membeli kebahagiaan, yang acap kali hal ini membuat mereka tidak dapat memaknai kekayaan yang dimiliki karena “usaha untuk terus menjadi kaya” ini membuat mereka tak pernah merasa puas. Selain itu mereka sering mengalami masalah salah satunya minim rasa empati seiring meningkatnya arogansi. Gejala lain yakni adanya perasaan depresi akan citra diri yang terkait langsung dengan status keuangan. Salah satu yang paling familier adalah ‘perlombaan’ untuk meningkatkan citra diri melalui unggahan foto di sosial media. (*koran-jakarta.com*, 2018)

Dari penjelasan di atas, maka generasi milenial pun memiliki keburukan dalam hal gaya hidupnya yang konsumtif, cenderung tidak memikirkan masa depan, menghabiskan uang untuk foya-foya, dan lain sebagainya. Hal ini berdampak pada sikap generasi milenial yang menjadi kurang bersyukur terhadap dirinya sendiri. Depresi bisa saja menyerang sebab rasa puas yang sulit terpenuhi berujung pada tindak konsumtif agar mendapat kepuasan maksimum dan meningkatkan status sosialnya.

Keterkaitan punk dan gaya hidup konsumtif yang dianut generasi milenial terletak pada penolakan anak punk terhadap budaya konsumtif itu sendiri. Dalam sudut pandang punk, gaya hidup konsumtif menjadi penopang yang mengukuhkan sistem kapitalisme di masyarakat modern. Kapitalisme sendiri sebagai sebuah ideologi ekonomi-politik menjadi hal yang ditentang oleh *punkers*. Sebab, dalam praktiknya menyebabkan disparitas sosial antara si kaya dan si miskin.

Gaya hidup konsumtif sebagai jalur bagi kesuksesan kapitalisme kian mendominasi tatkala dalam kehidupan masyarakat modern, semua dipandang sebagai komoditas untuk pasar dan hampir tak ada opsi untuk individu kecuali mengonsumsi produk-produk yang ditawarkan oleh industri dan berada di luar

**Ardhi Ridwansyah, 2020**

**PERSEPSI KOMUNITAS PUNK TENTANG GAYA HIDUP KONSUMTIF GENERASI MILENIAL (Studi Terhadap Komunitas Punk “Taring Babi”)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

kendalanya. Utama dan Hujatnika (2013) menjelaskan bahwa “pasar” yang dianggap punk sebagai “sistem” merupakan pusat dari budaya konsumtif. Punk menolak untuk menjadi bagian dalam masyarakat dan budaya konsumtif tersebut. Dalam hal ini, persepsi punk pada gaya hidup konsumtif generasi milenial bakal diteliti.

Menilik dari persoalan itu, tentu generasi milenial bisa menjadi objek untuk dapat dipersepsikan oleh komunitas punk. Menariknya, punk dan generasi milenial sama-sama menyanggah gelar terbesar. Perkembangan punk di Indonesia menempati peringkat atas dunia sementara generasi milenial saat ini menjadi generasi dominan dalam struktur demografi di Indonesia. Komunitas punk sebagai objek penelitian dipilih karena kedudukan mereka dalam masyarakat yang kerap dipandang sebelah mata.

Punk sejatinya sudah lumrah mendapat stigma dari masyarakat lintas generasi. Punk selalu dianggap perusuh, urakan, berandal karena penampilan maupun gaya hidupnya tetapi jarang ditemui komunitas subkultur seperti punk, yang notabene memiliki pandangan yang berlawanan dari kebudayaan induk, memberikan persepsinya kepada masyarakat terutama generasi milenial yang disebut-sebut sebagai generasi produktif dan kreatif namun punya gaya hidup konsumtif menurut pemberitaan di media massa.

Berangkat dari latar belakang di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **Persepsi Komunitas Punk Tentang Gaya Hidup Konsumtif Generasi Milenial (Studi Terhadap Komunitas Punk “Taring Babi”)**. Dalam penelitian ini peneliti memilih komunitas punk “Taring Babi” sebagai subjek penelitian. Paradigma yang digunakan yakni konstruktivisme. Paradigma konstruktivis menilai bahwa realitas itu tidak tunggal. Realitas diciptakan oleh individu dalam kelompok berdasarkan hasil interpretasi mereka.

Sebab, komunitas punk “Taring Babi” merupakan salah satu komunitas punk yang jauh dari kesan menyeramkan. Komunitas punk “Taring Babi” berbeda dari gambaran masyarakat tentang anak punk, mereka justru kreatif dan aktif bersosialisasi di tengah masyarakat terutama masyarakat sekitar Setu Babakan, Gang Setiabudi, Jakarta Selatan. Meski bergaya punk, mereka suka melakukan

Ardhi Ridwansyah, 2020

**PERSEPSI KOMUNITAS PUNK TENTANG GAYA HIDUP KONSUMTIF GENERASI MILENIAL (Studi Terhadap Komunitas Punk “Taring Babi”)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

kegiatan yang melibatkan masyarakat sekitar misalnya menyablon, melukis, cukil kayu, membuat *souvenir* atau membuat tato. (Widya, 2017, h. 119)

Komunitas punk “Taring Babi” saat ini berusia 23 tahun. Komunitas punk “Taring Babi” dipilih karena komunitas ini eksis dalam menyuarakan kritik atas ketidakadilan utamanya lewat musik. Marjinal band, grup musik punk rock yang juga berafiliasi dengan komunitas punk “Taring Babi” menjadi corong untuk menyuarakan kritik tersebut. Tak hanya lewat musik, komunitas ini juga menyalurkan ekspresinya melalui pelbagai bentuk karya seperti: baliho, cukilan, lukisan yang berisi kritik serta pernyataan yang menggugah semangat untuk melawan penguasa yang menindas misalnya kala momen pelawanan mahasiswa terhadap pemerintahan Orde Baru (1998) maupun saat penolakan terhadap pembangunan pabrik Semen Indonesia di Rembang, Jawa Tengah (2017).

Komunitas “Taring Babi” sendiri juga kerap diliput oleh media massa baik media nasional maupun luar negeri seperti Jerman, Irlandia, dan Jepang (Satyagraha, 2009). Pada 2008, komunitas ini juga pernah dibuat film dokumenter berjudul *Welcome to Taringbabi* karya Mash Vacano, seorang mahasiswa dari Universitas Humboldt, Berlin, Jerman. Film tersebut ditayangkan ke publik pada bulan Juli di Institut for Global Justice (IGJ) Jakarta.

Sementara itu, Marjinal telah menelurkan enam album, dengan album pertama (1999) bertajuk *Tunduk Diam Atau Bangkit Melawan*, dilanjutkan dengan *Antifasis dan Antirasis Action* setahun kemudian, lalu *Marsinah* (2003), *Predator* (2005), *Partai Marjinal* (2009), dan *KPK (Kita Perangi Korupsi)* di tahun 2015 lalu. Selain itu, mereka juga sempat menggarap lagu-lagu untuk *soundtrack* film *Punk in Love* (2009) disutradarai Ody C. Harahap dan dibintangi Vino G. Bastian (supermusic.id, 2016). Pada 2014, Marjinal telah melakukan tur ke Jepang dan di tahun 2016 mereka kembali tur ke Jerman. Komunitas punk “Taring Babi” yang berdiri pada 1996 ini juga membuat pameran karya seni rupa bertajuk, “PANG!: No Border, No Class,” yang dihelat pada 18 – 30 April 2018 di Galeri Cipta 3, Taman Ismail Marzuki (TIM) Jakarta Pusat.

Dari hal tersebut, maka komunitas punk “Taring Babi” amat menggambarkan punk itu sendiri sesuai dengan definisinya yakni sebagai cara

**Ardhi Ridwansyah, 2020**

**PERSEPSI KOMUNITAS PUNK TENTANG GAYA HIDUP KONSUMTIF GENERASI MILENIAL (Studi Terhadap Komunitas Punk “Taring Babi”)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]



untuk menyuarakan perlawanan dan mengkritik ketidakadilan penguasa melalui musik maupun karya lainnya. Komunitas punk ini menaruh definisi punk lebih dalam dari sekadar fesyen atau musik menuju ke alam pemikiran atau ideologi. Mengacu dari hal itu, maka komunitas punk “Taring Babi” dirasa tepat guna menjadi subjek penelitian.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti fokus untuk menggali persepsi dan faktor-faktor yang melandasi persepsi anggota komunitas punk “Taring Babi” terhadap gaya hidup konsumtif generasi milenial.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi anggota komunitas punk “Taring Babi” tentang gaya hidup konsumtif generasi milenial?
2. Faktor apa saja yang melandasi anggota komunitas punk “Taring Babi” dalam memberikan persepsi atas gaya hidup konsumtif generasi milenial?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dengan adanya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui persepsi anggota komunitas punk “Taring Babi” tentang gaya hidup konsumtif generasi milenial.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang melandasi persepsi anggota komunitas punk “Taring Babi” dalam memberikan persepinya tentang gaya hidup konsumtif generasi milenial.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang telah dilakukan penulis diharapkan sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan baru bagi ilmu komunikasi khususnya dalam lingkup persepsi tentang gaya hidup konsumtif generasi milenial.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini dapat bermanfaat untuk peneliti, pemerintah, mahasiswa, maupun masyarakat yang ingin mengetahui persepsi komunitas punk tentang gaya hidup konsumtif generasi milenial.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Untuk memahami lebih jelas laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dijelaskan latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini diterangkan penelitian terdahulu yang relevan, adanya konsep konsep penelitian, teori penelitian yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta kerangka berfikir.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi prosedur bagaimana kegiatan penelitian dilakukan dalam suatu bidang ilmu tertentu. Berisikan metode pengumpulan data, penentuan *key* informan dan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, dan waktu juga lokasi penelitian.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi profil komunitas punk “Taring Babi” serta analisis dan pembahasan mengenai persepsi komunitas punk “Taring Babi” tentang gaya hidup konsumtif generasi milenial.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan serta saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan peneliti.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.