

Fesyen Komunitas Subkultur *Mods* Kota Bandung dalam Penciptaan Program *Feature*

Abdul Arsyi Al Mulki¹, Nala Nandana Undiana²

Universitas Pendidikan Indonesia

Email: abdularsyialmulki@upi.edu

Abstract: *Mods are a subculture that emerged in the late 1950s in England. As time goes by, the mods subculture can develop and be adopted in the city of Bandung. The mods subculture community in the city of Bandung has its own characteristics in terms of its fashion aspect. This feature program aims to provide information about mods fashion adopted by the mods subculture community in the city of Bandung, which is used to communicate their identity, or specifically show that they are mods adherents to the general public as a differentiator. The results of the creation of this feature program were obtained using the theory of fashion as communication which was initiated by Malcolm Barnard, in order to analyze fashion as a message medium. The findings obtained in the process of creating this feature program show that mods subculture fashion is not only about a neat, dashing, dapper appearance ('perlente'), but how individuals can appear 'smartdress'. Apart from that, the mods subculture community in the city of Bandung and in England has different meanings and different social contexts. The important role of television mass media in conveying information, education and recreation, which is intended as an effective medium for introducing the identity of the mods subculture, and providing public understanding of the fashion values promoted by the mods subculture community in the city of Bandung.*

Keywords: *Mods; fashion; communication; program features*

Abstrak: *Mods merupakan sebuah subkultur yang muncul pada akhir tahun 1950-an di Inggris. Seiring perkembangan zaman, subkultur mods terus tumbuh dan diadopsi oleh komunitas subkultur mods di Kota Bandung yang memiliki ciri khas dari aspek fesyennya. Program feature ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai fesyen mods yang diadopsi oleh komunitas subkultur mods di Kota Bandung, yang digunakan untuk mengomunikasikan identitas mereka, atau terkhusus menunjukkan mereka adalah seorang penganut mods kepada masyarakat umum sebagai pembeda. Hasil penciptaan dari program feature ini didapat menggunakan teori fashion sebagai komunikasi yang digagas oleh Malcolm Barnard, agar dapat menganalisis fesyen sebagai media pesan. Adapun temuan yang didapat dalam proses penciptaan program feature ini, menunjukkan bahwa fesyen subkultur mods bukan hanya tentang penampilan yang rapih, gagah, necis ('perlente'), tetapi bagaimana individu bisa tampil 'smartdress'. Selain itu, komunitas subkultur mods di Kota Bandung dan di Inggris memiliki perbedaan dalam makna dan konteks sosial. Pentingnya peran media massa televisi dalam penyampaian informasi, edukasi, dan sarana rekreasi, yang ditujukan sebagai media yang efektif untuk memperkenalkan identitas subkultur mods, dan memberikan pemahaman publik tentang nilai-nilai fesyen yang diusung oleh komunitas subkultur mods di Kota Bandung.*

Kata kunci: *Mods; fesyen; komunikasi; program feature*

Pendahuluan

Perkembangan era globalisasi mempermudah akses teknologi, konektivitas, dan juga informasi, sehingga budaya luar dapat dengan mudah diserap melalui internet, media massa,

dan literatur lainnya (Tranggono et.al., 2023). Kemudahan ini berdampak signifikan pada masyarakat Indonesia, di mana banyak kelompok mulai mengidentifikasi diri melalui aspek seperti fesyen, membentuk subkultur yang merupakan budaya tandingan dari budaya dominan atau *mainstream* (Ernawam, 2017). Menurut perspektif sosiologi, subkultur dapat didefinisikan sebagai suatu kelompok yang memiliki keyakinan dan perilaku yang berbeda dari kebudayaan utamanya (Satriawan et al., 2022). Anggota subkultur biasanya mengekspresikan identitas kelompok mereka melalui gaya hidup khas atau menggunakan simbol-simbol tertentu, seperti dalam pemilihan pakaian, preferensi musik, dan tindakan perilaku mereka (Blakeley, 2023)

Subkultur yang dapat berkembang di Indonesia adalah *mods*, *mods* sendiri muncul di Inggris pada tahun 1958 yang berasal dari kelompok buruh anak muda dengan latar belakang pekerja keras, khususnya dari kalangan menengah ke bawah. Awal mula pergerakan *mods* memfokuskan perhatiannya pada bidang musik dan fesyen sebagai bentuk ekspresi mereka (Mustopa, 2018). Menurut Wijaya (2023), setelah keberadaan subkultur *mods* ini menginjak 50 tahun, barulah subkultur ini masuk ke Indonesia. Anak-anak *mods* di Indonesia mulai terlihat di pertengahan tahun 2000-an, dan kini *mods* mulai menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Perkembangan subkultur *mods* di Indonesia ini sudah sangat menunjukkan eksistensinya dan mendapatkan tempat di hati anak muda. Sejak tahun 2008 beberapa kota di Indonesia telah menggelar acara yang bertajuk "*Mods Mayday*", dimulai dari Jakarta, disusul Bandung, kemudian Malang, lalu Surabaya, Yogyakarta, dan Bali, hingga kota-kota lainnya juga mulai menggelar acara tersebut (Hendrawan, 2023).

Salah satu kota yang memiliki kelompok *mods* yang cukup besar dan berkembang dengan pesat adalah Kota Bandung. Di luar bentuk kreativitas yang menjadi daya tarik Kota Bandung saat ini, ada banyak hal yang mungkin tidak diketahui khalayak luas (Warsana et al., 2021), contohnya kelompok *mods* di kota ini. Kelompok *mods* di Kota Bandung memperkenalkan dirinya dengan nama *Beatboys*, prinsip *mods* yang merupakan singkatan dari kata "*modernis*", diterapkan dengan menyesuaikan diri pada perkembangan zaman. Tetapi, seperti kelompok *mods* di seluruh dunia, *mods* di Kota Bandung juga berfokus dengan tiga unsur utamanya, yaitu fesyen, musik, dan skuter.

Anggota komunitas *mods* Kota Bandung memiliki kecintaan pada fesyen yang sama, mereka memiliki gaya berpakaian yang modis. Sebagian besar mereka sangat tertarik untuk membeli pakaian dari merek-merek terkenal seperti *Fred Perry*, *Ben Sherman*, *Baracutta*, *Levi's*, *Clarks*, *Dr. Martens*, dan lainnya (Al-Haq, 2023). Selain itu, gaya berpakaian mereka mengadopsi jaket *military fishtail parka* asal Amerika Serikat yang digunakan selama Perang Dunia II oleh para tentara Amerika. Jaket *military fishtail parka* ini juga berfungsi sebagai penutup kemeja mereka untuk menjaga penampilan tetap rapi (Mustopa, 2018).

Kurangnya informasi mengenai subkultur *mods* di Indonesia, bagi masyarakat luas, khususnya di Kota Bandung yang memiliki komunitas *mods* yang cukup besar dan sebenarnya memiliki nilai-nilai positif dalam mengadopsi subkultur *mods* ini, juga memiliki fesyen yang menarik, identik, dan memiliki makna tersendiri di dalamnya. Maka dari itu, perancangan produksi program yang mengangkat fesyen dari pengadopsian subkultur *mods* oleh komunitas *mods* Kota Bandung ini diperlukan untuk memberikan informasi mengenai makna dibalik fesyen yang digunakan oleh anggota komunitas subkultur *mods*, juga diharapkan untuk dapat dipahami oleh masyarakat luas. Kebaruan dari penciptaan program *feature* ini terletak pada

fokusnya yang secara khusus pada fesyen komunitas *mods* Kota Bandung, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang membahas subkultur *mods* secara umum. Pembahasan tersebut dapat memberikan sudut pandang lebih mendalam mengenai gaya dan identitas mereka. Selain menjadi sarana informasi, program ini sangat dibutuhkan sebagai sarana edukasi, dan juga sarana hiburan. Untuk mewujudkan program ini, peneliti menggunakan beberapa unsur audio, unsur visual, unsur naratif, dan juga unsur sinematik yang digunakan dengan berbagai macam pertimbangan.

Metode

Metode yang digunakan dalam penciptaan program *feature* ini merupakan metode audiovisual yang mempermudah untuk dipahami penyampaian informasinya oleh penonton. Didukung dengan unsur naratif, yang menurut Pratista (Lestari, 2019) cerita pasti memiliki unsur-unsur, seperti tokoh, masalah, konflik, lokasi, dan waktu. Juga unsur sinematik yang menurut Bordwell (Mawar & Manesah, 2024) melibatkan variasi penempatan kamera seperti ukuran gambar (*shot size*), pergerakan (*movement*), dan pencahayaan (*lighting*). Penyampaian informasi program *feature* melalui audiovisual, yang merupakan media massa, menurut Effendy (Syarah et al., 2018), memiliki tiga fungsi utama, antara lain 1) fungsi penerangan (informatif), 2) fungsi pendidikan (edukatif), dan 3) fungsi hiburan (rekreatif).

Malcolm Barnard (2011), menyatakan bahwa *fashion* dan pakaian adalah bentuk-bentuk komunikasi non-verbal, karena mereka tidak menggunakan kata-kata yang diucapkan atau tertulis. Teori *fashion* sebagai komunikasi ini memiliki tiga tahapan yaitu, emosi; pakaian atau *fashion* dapat melambangkan dan mengomunikasikan informasi tentang emosi komunikator. Menurut Barnard (Maskuri & Yanti, 2023), hal ini dapat dilihat dengan adanya istilah-istilah *Glad Rags* (pakaian ceria), *Widow's Weed* (pakaian berkabung), dan *Sunday Clothes* (pakaian hari minggu/ baju santai). Tahap selanjutnya adalah tingkah laku; pakaian juga berpengaruh pada tingkah laku pemakainya sebagaimana tingkah laku orang yang menanggapi. Menurut Barnard (Suhendar et al., 2021), pakaian yang berbeda, dan jenis pakaian yang berbeda yang dikenakan oleh orang yang berbeda memungkinkan adanya interaksi sosial. Tahap yang ketiga atau terakhir adalah diferensiasi; pakaian membedakan seseorang dengan orang lain atau satu kelompok dengan kelompok lainnya. Barnard (Rachmawati & Aji, 2023) juga memaparkan bahwa *fashion* dan pakaian adalah cara yang digunakan individu untuk membedakan dirinya dan menyatakan beberapa bentuk keunikannya. Penciptaan dengan metode audiovisual, naratif, dan sinematik digunakan untuk menjawab mengenai bentuk penciptaan program *feature* dan fesyen komunitas subkultur *mods* Kota Bandung ini. Sementara, teori *fashion* sebagai konteks komunikasi digunakan untuk menjawab mengenai bagaimana fesyen sebagai bentuk komunikasi komunitas subkultur *mods* Kota Bandung.

Hasil dan Pembahasan

Bentuk Penciptaan Program Televisi *Feature* Mengenai Fesyen Komunitas Subkultur *Mods* Kota Bandung

Media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi dan memengaruhi budaya populer. Di Indonesia, media massa televisi masih memiliki kekuatan yang signifikan dalam menyebarkan informasi, memengaruhi opini publik, dan menghibur masyarakat luas.

Maka dari itu, program *feature* “Urban View: Fesyen Nyentrik Komunitas *Mods*” ini dapat menjadi program yang menarik, dan informatif bagi para penonton. Sejalan dengan fungsi pokok media massa televisi menurut Onong Uchjana Effendy (2000) menjelaskan bahwa, televisi memiliki tiga fungsi, yakni: (1) fungsi penerangan (*information function*), di mana program *feature* ini menyajikan informasi terbaru mengenai fesyen komunitas *mods* di Kota Bandung, termasuk bagaimana fesyen *mods* saat ini, gaya unik, dan cerita dibaliknya. (2) fungsi pendidikan (*education function*), lewat program *feature* ini akan memberikan edukasi kepada penonton tentang sejarah dan perkembangan fesyen *mods*, mulai dari asal-usulnya di Inggris hingga perkembangannya di Indonesia, khususnya di Kota Bandung sehingga dapat menginspirasi kreativitas dalam berfesyen. (3) fungsi hiburan (*entertainment function*), menjadi penting agar penonton dapat menikmati konten acara dengan menghadirkan *host* program yang memiliki gaya bicara yang santai, dengan demikian penonton akan merasa terlibat dan tertarik di setiap segmen program.

Selain itu, program ini membawa penonton melalui eksplorasi gaya fesyen yang unik dan nyentrik dari komunitas *mods* lewat pemilihan *music*, *soundtrack* untuk memperkuat suasana dan emosi yang ingin disampaikan, serta *motion graphics* yang akan membantu dalam penyajian informasi yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami dan memiliki tampilan yang menarik. Secara garis besar program ini memperkenalkan barang fesyen yang digunakan oleh para penggiat komunitas *mods* melalui media audiovisual. Menurut Salsabila (2020), media audio visual sendiri dapat dijadikan solusi untuk mempermudah penyampaian informasi dalam aktivitas apapun, baik mulai dari tempat pekerjaan, bisnis, pendidikan, hiburan, bahkan penyampaian informasi.

Audio menjadi salah satu elemen yang harus diperhatikan dalam pembuatan program ini dan menjadi salah satu elemen yang penting, karena pada dasarnya sebuah program televisi adalah media audiovisual yang menghadirkan gambar bergerak dan suara. Teknik *voice over* akan digunakan dalam program ini, *voice over* direkam menggunakan mikrofon jenis *shotgun* di tempat yang kedap suara, hal ini dilakukan peneliti karena kualitas audio yang dihasilkan akan bersih dan jernih. Dalam hasil perekaman suara melalui teknik *voice over* ini juga memberikan *equalizer* dan *compress* pada hasil rekaman suara agar suara yang dihasilkan sesuai dengan yang peneliti inginkan.

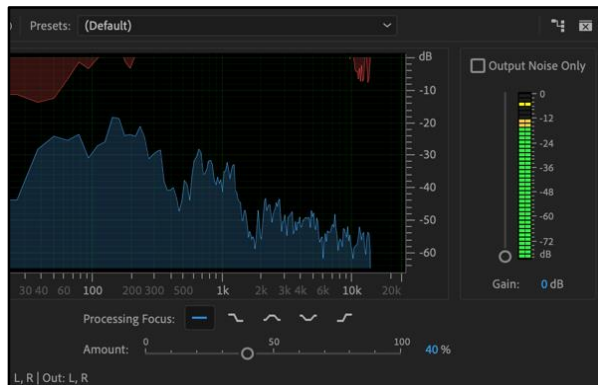
Gambar 1. Perekaman *Voice Over*



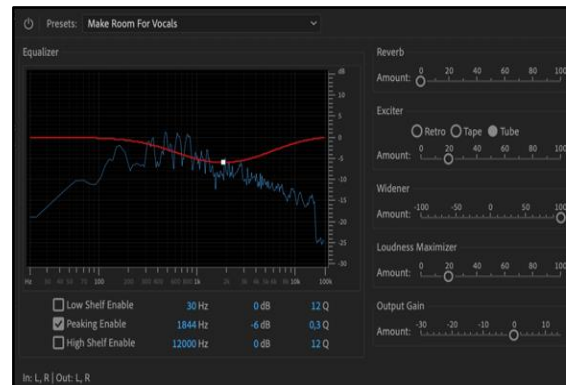
Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024

Peneliti melakukan editing lebih lanjut untuk hasil perekaman audio, baik audio hasil dialog langsung maupun hasil audio teknik *voicer over*. Hal tersebut agar mendapatkan audio yang selaras. Efek audio yang diberikan adalah efek *denoise* yang berguna untuk pengurangan *noise* atau kebisingan yang dihasilkan dari latar belakang perekaman, dan efek *mastering* digunakan untuk menyesuaikan suara yang dihasilkan, agar audio yang dihasilkan menjadi bulat.

Gambar 2. Efek *DeNoise* Audio



Gambar 3. Efek *Mastering* Audio



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024



Lagu-lagu digunakan sebagai musik latar belakang, lagu yang dipilih oleh peneliti adalah lagu yang identik dengan komunitas subkultur *mods*. Subkultur *mods* sendiri yang lahir pada akhir tahun 50-an menganut aliran musik seperti *R&B Jazz*, *Soul*, dan *Rocksteady*. Komunitas *mods* yang terdapat di Kota Bandung menambahkan musik-musik dengan aliran seperti *Pop Rock Inggris*, *New Wave*, *Modern Pop*, *Psychedelic Rock*, dan *Alternative Dance*. Hal tersebut melatar belakangi pemilihan lagu-lagu yang digunakan oleh peneliti. Berikut beberapa lagu yang digunakan oleh peneliti dalam penciptaan program ini.

Tabel 1. Lagu dalam Program

Lagu	Bagian dalam Program	Deskripsi
<i>You Really Got Me-The Kinks</i>	Gambar 4. Bagian program yang diberi musik <i>You Really Got Me-The Kinks</i>	Suasana musik dengan <i>riff</i> gitar yang semangat dirasa cocok oleh peneliti untuk digunakan saat adegan montase <i>host</i> berkeliling menunggangi skuternya. Grup band <i>The Kinks</i> dengan gaya musik mereka yang enerjik dan khas dengan subkultur <i>mods</i> , memberikan sentuhan autentik yang membangkitkan semangat dan nostalgia



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024

Lagu	Bagian dalam Program	Deskripsi
<i>Zoot Suit-The High Numbers</i>	Gambar 5. Bagian Program yang diberi Musik <i>Zoot Suit-The High Numbers</i> 	Lagu ini disimpan pada <i>montase</i> host saat sedang bergaya menggunakan fesyen <i>mods</i> nya. Lagu ini sangat identik dengan subkultur <i>mods</i> terutama pada fesyennya, lagu ini merupakan <i>soundtrack</i> dari film bersejarah bertemakan subkultur <i>mods</i> , yaitu <i>Quadrophenia</i> yang dirilis pada tahun 1979.
<i>Town Called Malice-The Jam</i>	Gambar 6. Bagian Program yang diberi Musik <i>Town Called Malice-The Jam</i> 	Lagu yang memiliki sentuhan aliran <i>soul</i> dan disko ini dirasa peneliti dapat membangkitkan semangat dengan suasana cerianya, sehingga digunakan peneliti dalam program ini untuk <i>montase</i> komunitas <i>mods</i> yang sedang menggunakan fashionnya, atau dalam kata lain 'dress up'. Paul Weller yang merupakan peneliti lagu ini merupakan salah satu tokoh <i>mods</i> di era tahun 1980an, sehingga lagu ini sangat identik dengan subkultur <i>mods</i> .
<i>Get Down On It-Kool & The Gang</i>	Gambar 7. Bagian Program yang diberi Musik <i>Get Down On It-Kool & The Gang</i> 	Lagu dengan aliran musik <i>R&B</i> disko ini sempat dijadikan <i>soundtrack</i> untuk film <i>The Firm</i> yang menceritakan mengenai subkultur <i>hooligan</i> di Inggris. Aliran musik <i>R&B</i> disko dirasa cocok untuk <i>montase</i> pengenalan anggota subkultur <i>mods</i> yang sedang bergaya menampilkan fesyennya.
<i>Don't You Want Me-The Human League</i>	Gambar 8. Bagian Program yang diberi Musik <i>Don't You Want Me-The Human League</i> 	Lagu ini memiliki suara <i>synth-pop</i> yang apik dan melodi yang menarik, lagu dengan tekstur elektronik yang memiliki tempo ceria namun tidak terlalu cepat ini dianggap peneliti cocok dengan adegan <i>host</i> yang bersiap dan pulang setelah selesai melakukan wawancara bersama anggota komunitas <i>mods</i> .

Sumber: Hasil penelitian

Selanjutnya adalah unsur visual menjadi sangat krusial untuk menyampaikan hasil secara efektif dan menarik, visual juga dapat memperjelas dan memperkuat narasi atau informasi yang ingin disampaikan, sehingga penonton dapat lebih mudah untuk memahami, unsur-unsur visual

yang sudah diperhatikan dan digunakan dalam penciptaan program televisi *feature* ini antara lain:

Tabel 2. Unsur Visual dalam Program

Unsur Visual	Deskripsi
<p data-bbox="252 439 639 501">Gambar 9. <i>Colour Palette</i> dalam Program</p>  <p data-bbox="252 761 639 790">Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024</p>	<p data-bbox="715 439 1380 734"><i>Colour palette</i> yang digunakan dalam program ini menggunakan <i>tone</i> warna netral, warna netral sendiri sebagian besar terdiri dari warna hitam-putih-dan nuansa abu-abu. Warna netral sendiri dipilih untuk memperlihatkan dan menciptakan suasana yang tenang dan juga realistis. Selain itu komunitas <i>mods</i> yang identik dengan jaket <i>military fishtail parka</i>-nya itu memiliki warna hijau tua yang mengarah ke <i>tone</i> warna netral.</p>
<p data-bbox="252 808 639 871">Gambar 10. Potongan <i>Montase</i> dalam Program</p>  <p data-bbox="252 1131 639 1160">Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024</p>	<p data-bbox="715 808 1380 1077">Penggunaan <i>montase</i> dalam visual program ini bertujuan untuk memberikan gambaran atas subkultur <i>mods</i> dan kegiatan mereka, yang utamanya memiliki tiga unsur yaitu skuter, musik, dan tentu fesyennya. Dari <i>montase</i> tersebut digambarkan host atau komunitas <i>mods</i> yang <i>riding</i> menunggangi skuter, dengan menggunakan fesyen <i>mods</i>, dan dengan <i>backsound</i> aliran musik yang identik dengan <i>mods</i>.</p>
<p data-bbox="252 1167 639 1229">Gambar 11. Pengambilan Gambar Detail dalam Program</p>  <p data-bbox="252 1489 639 1518">Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024</p>	<p data-bbox="715 1167 1380 1525">Pengambilan gambar secara detail digunakan untuk memberikan gambaran mengenai fesyen komunitas <i>mods</i>, fungsi dari <i>shot</i> detail ini adalah untuk menarik perhatian penonton, dan tidak terbagi fokus. Pengambilan gambar ini juga dapat digunakan untuk <i>product placement</i> dalam program. <i>Shot</i> diarahkan langsung ke barang fesyen yang digunakan oleh <i>host</i> yang menggunakan fesyen identik komunitas <i>mods</i>, mulai dari merek <i>polo shirt</i>, sepatu <i>boots</i>, dan juga elemen-elemen lain yang identik dengan para anggota komunitas <i>mods</i>.</p>
<p data-bbox="252 1570 639 1632">Gambar 12. Efek Visual Kolase dalam Program</p>  <p data-bbox="252 1892 639 1921">Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024</p>	<p data-bbox="715 1570 1380 1962">Efek visual yang menggabungkan beberapa gambar dalam satu kesatuan visual ini, berfungsi untuk merangkum informasi yang ingin disampaikan oleh peneliti dalam program ini. Efek visual kolase juga digunakan untuk menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, penggabungan elemen gambar dengan elemen grafis menjadikan hal ini unik dan berbeda. Efek visual kolase dalam program ini, fungsi utamanya digunakan untuk memperlihatkan kegiatan komunitas <i>mods</i>, seperti <i>riding</i> dengan skuter, dan tidak lupa menggunakan fesyen mereka yang identik.</p>

Sumber: Hasil penelitian

Proses produksi program ini tentunya juga memiliki unsur naratif, menurut Pratista (Darma & Sudipa, 2023) elemen-elemen dari unsur naratif tersebut antara lain seperti, tokoh, konflik, lokasi, dan waktu. Unsur naratif yang pertama merupakan elemen yang paling mendukung dalam sebuah cerita, yaitu tokoh atau karakter. Setiap tokoh atau karakter dapat mempengaruhi karakter orang lain, karakter dapat diartikan sebagai ‘pelaku cerita’ dan ‘perwatakan’. Antara seorang tokoh dengan perwatakan yang dimilikinya merupakan suatu perpaduan yang utuh (Nurgiyantoro, 2013). Tokoh dalam program ini diperankan oleh dua orang tokoh, yaitu Arga (*host*) dengan watak protagonis, dan Thobias (anggota komunitas *mods*) juga dengan keduanya memiliki watak protagonis.

Gambar 13. Tokoh Arga (*host*) dalam Program



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024

Gambar 14. Tokoh Thobias (Anggota Komunitas *Mods*) dalam Program



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024

Tokoh *host* yang diperankan oleh Arga digunakan oleh peneliti agar dapat memandu program, Arga juga berperan penting dalam pembawaan suasana yang diciptakan, karena program ini merupakan program televisi yang menghibur namun tetap informatif. Tokoh Arga dalam program ini dibangun dan digambarkan sebagai karakter yang baru saja tertarik akan subkultur *mods* dan mulai penasaran mengenai apa itu subkultur *mods*, terutama dari cara mereka berpenampilan atau berpakaian. Dibangunnya tokoh Arga sebagai *host* diharapkan dapat menjadi representasi penonton yang memiliki rasa ingin tahu dan ingin mempelajari lebih dalam mengenai subkultur *mods*, khususnya dari aspek fesyennya.

Tokoh anggota komunitas *mods* diperankan oleh Thobias, Thobias sendiri dipilih oleh peneliti sebagai tokoh anggota komunitas *mods*, karena Thobias sudah cukup lama berkecimpung dan menjadi anggota komunitas Beatboys yang merupakan komunitas penganut subkultur *mods* di Kota Bandung. Selain itu, Thobias sendiri merupakan seorang *freelance* model dan wirausaha di bidang fesyen yang memiliki kedekatan dengan fesyen subkultur *mods*. Thobias dalam program ini diminta untuk menceritakan pengalamannya dan pengetahuannya kepada Arga sebagai *host*, terutama pada fesyen subkultur *mods*, mulai dari cara mendapatkannya, dan sejarah-sejarah mengenai fesyen subkultur *mods* tersebut.

Unsur naratif selanjutnya adalah konflik. Stanson (Djumadin & Bunga, 2020) mengatakan bahwa “bentuk konflik sebagai bentuk peristiwa dapat pula dibedakan ke dalam dua kategori: konflik eksternal (*external conflict*) dan konflik internal (*internal conflict*)”. Nurgiyantoro (Sihombing et al., 2022) mengatakan bahwa “konflik eksternal adalah konflik yang terjadi antara seorang tokoh dengan sesuatu yang di luar dirinya, mungkin dengan lingkungan alam, mungkin dengan lingkungan manusia, atau tokoh lainnya”. Selain itu, Nurgiyantoro (Diana, 2016) menjelaskan juga bahwa “konflik internal (atau: konflik kejiwaan, konflik batin) adalah konflik yang terjadi dalam hati dan pikiran, dalam jiwa seorang tokoh (atau tokoh-tokoh) cerita. Jadi, ia merupakan konflik yang dialami manusia dengan dirinya sendiri”. Konflik yang terdapat dalam program ini adalah konflik internal tokoh Arga sebagai *host*, yang ingin mengetahui lebih dalam dan memberikan informasi kepada penonton mengenai fesyen komunitas *mods*, namun pengetahuannya mengenai subkultur *mods* masih terbatas, sehingga ia mendatangi seorang anggota komunitas *mods* Kota Bandung, yaitu Thobias.

Menurut Pratista (Herlina, 2017) untuk memperkuat konteks cerita, *setting* harus dapat meyakinkan penonton bahwa tayangan tersebut benar-benar berlangsung di lokasi dan waktu yang sesuai. *Setting* atau latar tempat dalam program ini adalah jalanan Kota Bandung, karena dalam program *feature* ini tema besar yang diangkat adalah kehidupan komunitas yang berada di daerah perkotaan. Maka dari itu *setting* atau latar tempat yang digunakan adalah jalanan yang merupakan jalan-jalan utama di Kota Bandung.

Gambar 15. Latar atau Tempat dalam Program



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024

Waktu atau latar waktu yang digunakan mengacu pada pernyataan Amalia Sari (2018) dalam jurnalnya, yang menyatakan bahwa latar waktu akan berkaitan dengan latar tempat. Maka latar waktu dalam program ini adalah pagi hingga sore hari, dikarenakan tema besar yang diangkat pada program ini adalah perkotaan, yang akan aktif pada rentang latar waktu tersebut. Juga dengan memilih latar waktu tersebut pencahayaan pada program yang menggunakan cahaya alami (*natural light*) sebagai cahaya utama, akan menciptakan suasana yang lebih alami dan memungkinkan penonton merasakan kedekatan dengan latar tempat yang digambarkan.

Selanjutnya, unsur sinematik menurut Bordwell (2008) melibatkan teknis variasi pengambilan gambar, seperti pengambilan ukuran gambar (*shot size*), pergerakan kamera (*movement*), dan pencahayaan (*lighting*). Semua elemen ini bekerja sama untuk membantu menyampaikan pesan atau cerita yang ingin disampaikan oleh peneliti kepada penonton. Baik itu untuk mendalami emosi, peran, maupun kebutuhan artistik lainnya (Pelestarian et al., 2021).




Dalam perancangan unsur sinematik program ini peneliti menggunakan beberapa ukuran gambar (*shot size*), agar informasi dapat tersampaikan dengan tepat. *Shot size* yang akan digunakan dalam produksi program ini diantara lain:

Tabel 3. *Shot Size* dalam Program

<i>Shot Size</i>	Deskripsi
<p>Gambar 17. <i>Medium Shot</i> dalam Program</p>  <p>Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024</p>	<p>Fungsi digunakannya <i>shot size</i> dari atas kepala hingga pinggang subjek seperti ini untuk tetap memberikan detail gambaran mengenai fesyen yang digunakan, juga untuk memberikan ekspresi subjek, dan latar tempat pengambilan gambar tersebut</p>
<p>Gambar 18. <i>Close Up</i> dalam Program</p>  <p>Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024</p>	<p>Ukuran pengambilan gambar detail yang hanya befokus pada satu objek ini digunakan oleh peneliti untuk memperlihatkan elemen-elemen fesyen yang identik dengan mods, seperti merek pakaian, sepatu boots, dan elemen yang terdapat dalam jaket military fishtail parka mereka.</p>
<p>Gambar 19. <i>Long Shot</i> dalam Program</p>  <p>Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024</p>	<p><i>Long shot</i> dalam program ini digunakan untuk memperlihatkan latar setting tempat perkotaan yang menjadi tema besar program, selain itu ukuran pengambilan gambar ini juga digunakan untuk memperlihatkan keseluruhan aspek dalam subkultur mods, baik itu fesyen maupun skuternya.</p>

Pergerakan kamera dalam produksi program ini menggunakan variasi pergerakan kamera, dengan adanya pergerakan kamera dapat menyampaikan pesan secara lebih, dan semakin menarik, movement yang digunakan antara lain.

Tabel 4. *Movement* dalam Program

Movement	Deskripsi
<p data-bbox="336 454 715 488">Gambar 20. Pan dalam program</p>  <p data-bbox="204 674 603 707">Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024</p>	<p data-bbox="874 454 1385 719"><i>Movement</i> horizontal dari kiri ke kanan atau sebaliknya dalam program ini digunakan untuk mengikuti subjek yang bergerak secara horizontal, seperti saat subjek atau host bergerak menghampiri anggota komunitas mods, <i>movement</i> ini dibutuhkan untuk menjaga agar subjek tetap berada dalam <i>frame</i>.</p>
<p data-bbox="308 723 746 757">Gambar 21. Pedestal dalam Program</p>  <p data-bbox="323 1189 722 1223">Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024</p>	<p data-bbox="874 723 1385 1025">Pedestal yang merupakan pergerakan kamera secara vertikal dari bawah ke atas atau sebaliknya dalam penciptaan program ini digunakan saat montase subjek host menggunakan skuter, <i>movement</i> ini digunakan pencipta untuk memperlihatkan subjek secara keseluruhan, terutama dari segi penampilannya, mulai dari atas kepala hingga sepatunya.</p>
<p data-bbox="308 1216 746 1249">Gambar 22. <i>Tracking</i> dalam Program</p>  <p data-bbox="300 1507 699 1541">Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024</p>	<p data-bbox="874 1216 1385 1525"><i>Movement tracking</i> yang merupakan pergerakan kamera mengikuti pergerakan subjek di jalur tertentu, dalam program ini digunakan untuk mengikuti subjek yang bergerak dan berdialog dengan menggunakan skuter, <i>movement</i> ini sangat diperlukan dalam program ini. Karena dengan <i>movement</i> ini, subjek dan gambar penting lainnya akan tetap di dalam <i>frame</i>.</p>

Pencahayaan dalam program ini sepenuhnya memanfaatkan cahaya matahari, karena dengan *setting* tempat yang sepenuhnya di luar ruangan, cahaya matahari sudah cukup. Cahaya *natural* dalam program ini sangat diperhatikan untuk memberikan penampilan yang alami, karena pada dasarnya cahaya matahari menimbulkan cahaya yang merata, terutama pengambilan gambar pada saat “*golden hour*” (waktu matahari terbit dan terbenam) cahaya tersebutlah yang cocok pada program ini.

Gambar 23. Pencahayaan dalam Program



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024

Fesyen Sebagai Bentuk Komunikasi Komunitas Subkultur *Mods* Kota Bandung

Berdasarkan program *feature* yang telah dibuat, peneliti membahas hasilnya dengan teori *fashion* sebagai komunikasi dari Malcolm Barnard (2011). Teori ini menjelaskan bagaimana elemen fesyen seperti pakaian, aksesoris, dan gaya berpakaian menjadi alat komunikasi bagi komunitas subkultur *mods* Kota Bandung, dengan tiga tahapan: emosi, tingkah laku, dan diferensiasi.

Tahapan pertama adalah emosi, pakaian atau fesyen yang dijadikan komunikasi non verbal, menurut Poerwanto (2019) dapat menjadi simbol dan media komunikasi emosi pemakainya. Hal ini ditegaskan oleh Thobias, seorang anggota komunitas subkultur *mods* di Kota Bandung, yang menjadi narasumber dalam program ini. Bagi Thobias, fesyen subkultur *mods* merupakan bentuk identitas dirinya dalam berpakaian, di mana identitas ini menjadi bagian dari ekspresi sisi emosionalnya.

Tahapan selanjutnya adalah tingkah laku, menurut Fiske (Juditha, 2015) Fesyen sebagai alat komunikasi memungkinkan interaksi sosial dan memengaruhi tingkah laku pemakainya serta orang yang menanggapiinya. Thobias, yang mengadopsi fesyen subkultur *mods* di Bandung, menjadikannya pedoman berpakaian sehari-hari. Namun, ia menyesuaikan gaya *mods* agar sesuai dengan konteks Bandung dan nyaman dipakai. Fesyen mempengaruhi tingkah laku pemakainya dan menjadi panduan dalam berpakaian, mencerminkan identitas dan situasi. Selain itu, fesyen menunjukkan pentingnya penyesuaian agar sesuai dengan nilai-nilai lokal, seperti yang dilakukan Thobias.

Tahap yang terakhir adalah diferensiasi, fesyen digunakan untuk membedakan individu atau kelompok. Kefgen dan Specht (Lisdiantini et al., 2019) mengatakan bahwa pakaian dapat membedakan seseorang dari yang lain atau satu kelompok dari yang lain. Thobias, anggota komunitas subkultur *mods* di Bandung, menyatakan bahwa subkultur *mods* menonjolkan sisi *anti-mainstream*. *Mods* berasal dari kalangan buruh pabrik yang ingin tampil gagah, rapi, dan berbeda. Setelah Perang Dunia II, penampilan '*perlente*' menyebar di Inggris dan menjadi fenomena yang dikenal sebagai *mods*, lalu masuk ke Indonesia. Thobias menjelaskan bahwa komunitas subkultur *mods* di Bandung tetap berpenampilan '*dress up*' untuk menunjukkan identitas *mods* mereka dan berbeda dari khalayak umum.

Adapun perbedaan fesyen *mods* dapat dilihat dari, pertama estetika. Mereka sering memakai kemeja *button down* dari merek terkenal seperti *Fred Perry* dan *Ben Sherman*, serta

sepatu boots dari Inggris seperti *Dr. Martens* dan *Clarks*. Warna netral, seperti hijau tua pada *military fishtail parka*, menjadi pilihan utama untuk mengekspresikan identitas diri dan kelompok mereka. Gaya ini menjadi alat komunikasi nonverbal yang menunjukkan keanggotaan dalam subkultur *mods*. Kedua, simbolisme berupa *mod target* dengan lingkaran konsentris berwarna merah, putih, dan biru. Lambang *RAF (Royal Air Force) target*, yang terkait dengan militer dan nasionalisme Inggris, dimodifikasi menjadi simbol gaya dan budaya *mods* yang identik dengan inovasi dan modernisasi. Lambang ini sering dipadukan dalam pakaian dan aksesoris untuk membuat pernyataan.

Dari paparan di atas dapat dijelaskan bahwa bagi komunitas subkultur *mods*, fesyen bukan sekadar mengikuti tren, tetapi juga sebagai pembeda dari budaya *mainstream* dan penanda identitas mereka. Penelitian Ghani Firdaus, Atik Catur Budiati, dan Nurhadi (2016) mendukung pandangan ini, menunjukkan bahwa fesyen digunakan sebagai komunikasi dengan faktor-faktor seperti adanya ekspresi individualistik yang dilihat dari mereka menunjukkan jati diri dan keunikan melalui busana dan aksesoris. Thobias menyukai fesyen *mods* karena ingin tampil berbeda dan percaya diri. Selanjutnya adanya daya tarik yang dijadikan sebagai motivasi untuk mengenakan pakaian. Perspektif Barnard (Yoana, 2018) menjelaskan “Fungsi pakaian adalah untuk menarik perhatian pada tubuh”. Motivasi utama *mods* awalnya merupakan perlawanan kaum buruh yang ingin tampil '*perlente*', sementara di Bandung, fesyen *mods* lebih diadopsi oleh kaum muda kelas menengah ke atas. Terakhir adalah status sosial yang digunakan untuk membangun citra diri dan status sosial. Awalnya, fesyen *mods* berasal dari kaum buruh, tetapi sekarang lebih diakses oleh kaum menengah ke atas di Bandung, menunjukkan perubahan makna dan konteks. Dapat dijelaskan bahwa, fesyen bukan hanya sekedar estetika tetapi juga sebagai alat komunikasi yang memungkinkan individu atau kelompok untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya.

Simpulan

Hasil dari program *feature* ini menunjukkan bahwa fesyen subkultur *mods* di Kota Bandung menjadi contoh nyata bagaimana fesyen dapat menjadi media yang kuat untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas sosial. Dengan menggunakan perspektif *fashion* sebagai komunikasi, peneliti menganalisis kekuatan komunikatif nonverbal dari fesyen serta kemampuan untuk mempengaruhi persepsi sosial. Adapun tahapan-tahapan dari *fashion* sebagai komunikasi, yakni emosi, tingkah laku, diferensiasi dimana pada tahap ini fesyen sebagai simbol atau media komunikasi emosi pemakai, fesyen sebagai alat komunikasi yang memungkinkan interaksi sosial dan menjadi alat pembeda dan menyatakan beberapa bentuk keunikannya. Bagi komunitas subkultur *mods* di Kota Bandung, fesyen bukan hanya tentang mengikuti sebuah tren, tetapi merupakan cara untuk mengekspresikan identitas diri dan kelompok, membedakan diri dari budaya *mainstream*, serta menunjukkan status sosial mereka. Pada proses penciptaan program *feature* ini, peneliti menemukan temuan bahwa fesyen subkultur *mods* bukan hanya tentang penampilan yang gagah, rapi, dan necis (*perlente*), tetapi bagaimana individu bisa tampil '*smart dress*' dengan natural tanpa terlihat memaksakan dan sesuai dengan kepribadian mereka. '*Smart dress*' merujuk pada gaya berpakaian yang rapi dan modis, tetapi juga fungsional dan nyaman. Fesyen subkultur *mods* di Kota Bandung terinspirasi oleh fesyen subkultur *mods* di Inggris, mereka menggunakan merek-merek yang ikonik dengan

subkultur *mods*, seperti atasan baju polo atau kemeja *Fred Perry*, *Ben Sherman*, *Merc London*, dan merek lainnya. Meskipun sama-sama menggunakan label “*mods*”, fesyen komunitas subkultur *mods* di Kota Bandung dan di Inggris memiliki perbedaan dalam makna dan konteks status sosial yang berbeda. Di Inggris, fesyen *mods* digunakan sebagai sebuah perlawanan terhadap budaya *mainstream* kelas atas, sedangkan di Kota Bandung, fesyen *mods* lebih terkait dengan cara untuk mengekspresikan diri dan menjadi bagian dari komunitas.

Referensi

- Al-Haq, M. T. (2023). *Gaya Hidup Mods di Kota Bandung*. Universitas Padjajaran.
- Angela, S., & Dolis, C. (2023). Mengungkap Framing Media Massa: Pemberitaan Konser Coldplay 2023 oleh Kompas.com dan Konstruksi Realitas. *Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal (JPRMEDCOM)*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/10.35706/jprmedcom.v5i1.10023>
- Barnard, Malcolm. (2011). *Fashion sebagai Komunikasi : Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Jalasutra.
- Blakeley, S. (2023). *Subculture | Definition, Types & Examples*. <https://Study.Com/>.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2008). *Film Art: An Introduction* (8th ed.). McGraw Hill.
- Darma, C. K., & Sudipa, M. H. D. (2023). Struktur naratif dalam film battle royale i 1 2. *Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra Dan Budaya (SEBAYA) Ke-3 Tahun 2023*, 88–94.
- Diana, A. (2016). Analisis konflik batin tokoh utama dalam novel Wanita di lautan sunyi karya Nurul Asmayani. *Jurnal Pesona*, 2(1), 43–52. <https://ejournal.umpri.ac.id/index.php/pesona/article/view/139>
- Djumadin, H., & Bunga, R. D. (2020). Konflik Internal dan Konflik Eksternal Tokoh dalam Novel Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck Karya Buya Hamka. *Retorika: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan...*, 1(2), 85–96. <http://www.uniflor.ac.id/e-journal/index.php/RJPBSI/article/view/759%0Ahttp://www.uniflor.ac.id/e-journal/index.php/RJPBSI/article/download/759/763>
- Effendy, O. U. (2000). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi* (1st ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Ernawam, D. (2017). Pengaruh Globalisasi terhadap Eksistensi Kebudayaan Daerah di Indonesia. *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, 32(1), 1–54.
- Firdaus, G. (2016). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FKIP UNS. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58. <https://media.neliti.com/media/publications/164864-ID-fashion-sebagai-komunikasi-identitas-sos.pdf>
- Hendrawan, W. (2023). *Mods Indonesia (Musik, Fesyen & Skuter)*. RM Books.
- Herlina, O. (2017). Analisis Semiotika Kritik Ideologi Dalam Film “Istirahatlah Kata-Kata.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2(No. 1), 52–68.
- Juditha, C. (2015). *Fashion Sebagai Media Komunikasi (Analisis Semiotik Fashion Kontroversial Lady Gaga)*. 6(1), 1–18.
- Lestari, E. B. (2019). Konsep Naratif Dalam Film Dokumenter Pekak Kukuruyuk. *Jurnal Nawala Visual*, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i1.3>
- Lisdiantini, N., Subiyantoro, & Afandi, Y. (2019). Peranan Fashion dan Pakaian Sebagai Komunikasi Identitas Sosial. *Epicheirisi : Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 3(1), 9–15.
- Maskuri, M. I. N., & Yanti, F. (2023). Komunikasi Artifaktual Sebagai Media Dakwah: Studi Club Motor Bikers Subuhan Lampung Melawan Stigma Negatif Geng Motor.

- Penangkar*: *Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 7(2), 239–259.
<https://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/panangkar/article/view/0702-06>
- Mawar, D. P., & Manesah, D. (2024). Analisis Teknik Pengambilan Gambar One Shot Dalam Memvisualisasikan Perubahan Karakter Pada Film “Sabda Kekasih” Sutradara Azhari Zain. *Misterius: Publikasi Ilmu Seni Dan Desain Komunikasi Visual*, 1 No. 1(1), 21–41.
- Mustopa, A. (2018). *Perancangan Informasi Subkultur Mods Indonesia Melalui Media Film Dokudrama*. Universitas Komputer Indonesia.
- Nurgiyantoro, B. (2013). *Teori Pengkajian Fiksi*. Gadjah Mada University Press.
- Pelestarian, U., Acrylina, R., & Aprela, S. (2021). *Perancangan Film Pendek Fiksi Layang Angkara Adaptasi Kisah Pewayangan Jawa Dewa Ruci dan Air*. 10(1), 40–48.
- Poerwanto, & Yudha, R. P. (2019). Persepsi Generasi Millineal Terhadap Jilbab Sebagai Identitas, Fesyen, Komunikasi Nonverbal Dan Kreativitas. *Journal of Tourism and Creativity*, 3(1), 1–16.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/13942>
- Puspiano, A. (2022). Media Massa dan Pembentukan Opini Publik. *An-Nida: Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, X(1), 1–22.
- Rachmawati, N. F., & Aji, G. G. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif Oleh Komunitas Pemuda Berkain Surabaya Dalam Melestarikan Kain Tradisional. *The Commercium*, 7(1), 179–189. <https://doi.org/10.26740/tc.v7i1.55370>
- Salsabila, U. H., Sofia, M. N., Seviarica, H. P., & Hikmah, M. N. (2020). Urgensi Penggunaan Media Audiovisual Dalam Meningkatkan Motivasi Pembelajaran Daring Di Sekolah Dasar. *INSANIA: Jurnal Pemikiran Alternatif Kependidikan*, 25(2), 284–304.
<https://doi.org/10.24090/insania.v25i2.4221>
- Sari, A. N. (2018). Karakteristik Latar Novel Penulis Cilik Oryza Sativa Apriyani. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 1(1), 1–12.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/22662>
- Satriawan, A., Sarmilah, S., & ... (2022). Subkultur dalam Konsep Diri. *International Conference on Tradition and Religious Studies*, 1(Oktober), 1.
<http://proceedings.radenfatah.ac.id/index.php/lc-TiaRS/article/view/107>
- Sihombing, D. E., Sitohang, T., & Panggabean, S. (2022). Analisis Konflik Tokoh dalam Novel “Tiga Garis Aku, Kamu, Takdir” Karya Lucy Chriz. *Jurnal Pendidikan ...*, 6, 15247–15264.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/4804%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/4804/4082>
- Suhendar, A., Takwim, A., Maulani Farkah, A., Gumilar, P., & Martina Dalih, V. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Di Shop Berbasis Web. *Naratif Jurnal Nasional Riset Aplikasi Dan Teknik Informatika*, 3(02), 41–47.
<https://doi.org/10.53580/naratif.v3i02.134>
- Tranggono, T., Jasmin, K. J., Amali, M. R., Aginza, L. N., Sulaiman, S. Z. R., Ferdhina, F. A., & Effendie, D. A. M. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi Di Era Globalisasi Dan Peran Pendidikan Terhadap Degradasi Moral Pada Remaja. *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 3(2), 1927–1946.
<http://bureaucracy.gapenas-publisher.org/index.php/home/article/view/299>
- Warsana, D., Nafsika, S. S., & Undiana, N. N. (2021). Komunikasi Seni: Representasi Masyarakat Urban di Kota Bandung dalam Bingkai Karya Seni Karya Mufty Priyanka. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 3(1), 16.
<https://doi.org/10.24014/kjcs.v3i1.13233>
- Yoana, N. D. (2018). *Lotus Sebagai Inspirasi Motif Batik Dalam Busana Kasual*. 1–17.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.008>