

PRAKTIK KOMUNIKASI VISUAL KEBERAGAMAAN METALHEAD INDONESIA DI MEDIA SOSIAL

Sujud Puji Nur Rahmat

Universitas Mercu Buana

Abstrak. Hadirnya media sosial *Facebook*, mengubah kebiasaan interaksi *metalhead*, yang awalnya bertemu langsung secara fisik beralih menjadi cara komunikasi visual. Komunikasi visual yang ditampilkan *metalhead* melalui *Facebook* beragam, mulai tulisan, foto, gambar atau poster, hingga video. Di Indonesia, *metalhead* juga menggunakan *Facebook* sebagai media komunikasi dengan sesama *metalhead* dan masyarakat umum. Namun, dalam penggunaan *Facebook metalhead* Indonesia tidak menunjukkan adanya tanda-tanda perlawanan. Sebaliknya, sebagian *metalhead* Indonesia justru memanfaatkan *Facebook* sebagai bentuk praktik keberagamaannya. Praktik kemusik-metalan yang identik dengan perlawanan tentu berbeda dengan praktik keberagamaan yang identik dengan hubungan baik antar-manusia. Praktik visual keberagamaan *metalhead* adalah perpaduan antara praktik kemusik-metalan dan praktik keberagamaan. Tulisan ini bermaksud memaparkan praktik kemusik-metalan dan keberagamaan sekaligus secara visual yang dilakukan *metalhead* Indonesia melalui *Facebook*. Metode campuran antara etnografi konvensional dan etnografi virtual digunakan mengobservasi objek penelitian untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Berdasarkan analisis didapatkan tiga fenomena yang biasa dilakukan *metalhead* seluruh dunia maupun di Indonesia, yaitu dari (1) bunyi musik metal, (2) sikap komunikasi verbal, gestur, dan mimik muka sehari-hari, (3) visual desain logo dan ilustrasi; sedangkan di Indonesia terdapat tambahan fenomena baru, yaitu (4) komunikasi visual keberagamaan di *Facebook*.

Kata Kunci: *metalhead*, praktik, komunikasi visual, keberagamaan, media sosial.

Abstract. The presence of social media such as *Facebook* has changed the habit of interaction among the *metalheads*. In other words, through the study the researcher would like to investigate how the Indonesian *metalheads* manage the visual aspect in the practice of their religion and also to investigate why the Indonesian *metalheads* certain articles, photos, pictures and videos are selected, posted and disseminated through *Facebook* as the medium of visual communication for their religion. Mixed method ethnography conventional and virtual ethnography method has been selected in order to attain the relevant data within the observation toward the object of the study. Based on the results of the analysis, the researcher has found three general stages that the *metalheads* throughout the world undergo namely: (1) the sound of metal music; (2) the verbal communication attitude, the gesture and the facial expression in the context of daily life; and (3) the visual design of logo and illustration; while for the Indonesian *metalheads*, there is another stage namely: (4) the visual communication of religion in *Facebook*.

Keywords: *metalhead*, practice, visual communication, religion, social media.

Correspondence author: Sujud Puji Nur Rahmat, sujud.puji@mercubuana.ac.id, Jakarta, Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

Pendahuluan

Objek material Ilmu komunikasi adalah tindakan manusia dalam konteks sosial sama seperti sosiologi atau antropologi misalnya, sehingga masuk dalam rumpun ilmu-ilmu sosial. Sedangkan objek formal ilmu komunikasi adalah komunikasi itu sendiri ([Vardiansyah 1](#)), dalam tulisan ini lebih fokus pada salahsatu bentuk komunikasi yaitu komunikasi visual. Komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual guna menyampaikan pesan kepada target atau sasaran yang dituju ([Tinarbuko 5](#)). Komunikasi visual adalah komunikasi yang dilakukan dua orang/kelompok atau lebih dengan menggungan komunikasi visual dimedia visual. Ide atau gagasan yang dimiliki kumikator disampaikan kepada komunikan melalui media visual yang di dalamnya terdapat elemen visual. Pada era teknologi komunikasi internet yang canggih seperti saat ini, di mana tumbuh dan berkembangannya media sosial, sehingga mempertemukan yang sulit bertemu dan memperpendek jarak yang jauh menjadi terasa dekat. Media sosial, yang merupakan sebagai media visual digunakan dan bahkan tidak lepas dari kehidupan sehari-hari para penggunaanya. Media sosial, seperti dahulu bernama *Myspace*, dan sekarang muncul bernama *Facebook* serta *Whatsapp*, juga digunakan para *metalhead* Indonesia. Dengan menggunakan internet semua orang bisa mendapatkan informasi dan juga dapat menginformasikan, mulai dari kesenian, ekonomi, politik, olahraga dan lain-lain. Internet, sebagai media baru, seolah meruntuhkan batas-batas kaku ruang dan waktu, memungkinkan banyak tempat yang secara geografis berjauhan bisa terhubung dalam satu waktu, meningkatkan keterhubungan, serta dapat juga mendorong migrasi dan diaspora ([Mazierska 3](#)).

Seperti apa yang dikatakan [Rahmat et al. "Internet Dan Musik: Media Sosial Sebagai Wahana Publikasi the Upstairs Dan Death Flames"](#) bahwa penggunaan media sosial sebagai media dan komunikasi visual antar-*metalhead* Indonesia, sudah terjadi pada tahun 2003 sampai 2009 di Myspace. Setelah tahun 2009 hingga saat ini, media sosial yang digunakan sebagai media sekaligus komunikasi visual antar-metal berpindah dari Myspace ke *Facebook* serta *Whatsapp*. Enam belas tahun dari dua puluh sembilan tahun keberadaan musik metal di Indonesia—musik metal di Indonesia muncul sekitar pada tahun 1990-an—,komunikasi antar-*metalhead* dilakukan dengan media visual melalui media-media sosial tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh [Jones \(448\)](#), internet penting untuk membangun citra sebuah *band* untuk kemudian ditampilkan atau dipresentasikan kepada publik penggемarnya. Tampaknya media sosial ke depannya akan tetap digunakan oleh para *metalhead* sebagai media dan komunikasi visual selama media sosial masih ada dan menguntungkan bagi mereka. Tergambar jelas bahwa media sosial tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari para *metalhead* Indonesia; dan juga media sosial turut andil dalam perkembangan musik metal di Indonesia.

Berawal dari sekedar sebagai media komunikasi, komunikasi visual akhirnya menjadi sebuah budaya bagi para *metalhead* Indonesia. Para *metalhead* Indonesia dalam penggunaan media visual telah melampaui sebagai peristiwa komunikasi. Pelampauan tersebut dilakukan dengan cara memproduksi, menyalurkan, mengomunikasikan, dan memahami media visual. Terkait sifatnya yang sudah menjadi budaya, media visual sebagai jembatan komunikasi para *metalhead* Indonesia perlu adanya kajian tersendiri. Kajian berfokus pada dugaan adanya sesuatu di balik budaya visual melalui memahami praktik kevisualan yang dilakukan para *metalhead* Indonesia dalam bermedia sosial sehari-hari. Selain itu, pengalaman pertemuan secara langsung di dalam lingkungan kehidupan sehari-hari secara fisik para *metalhead* Indonesia juga dianggap perlu dan penting sebagai upaya memahami budaya *metalhead* Indonesia.

Pengalaman pertemuan penulis secara langsung di dalam lingkungan kehidupan sehari-hari para *metalhead* Indonesia dijadikan sebagai penilaian untuk memahami budaya visual yang diproduksi para *metalhead* Indonesia di *Facebook*. Hasilnya terdapat kesamaan antara kehidupan sehari-hari dan komunikasi visual melalui media sosial yang dilakukan *metalhead* Indonesia, yaitu terkait praktik keberagamaan. Praktik keberagamaan yang diterapkan *metalhead* Indonesia adalah agama Islam. Praktik keberagamaan para *metalhead* Indonesia di kehidupan sehari-hari dan komunikasi visual di *Facebook* mencerminkan bahwa mereka adalah bukan sub-kultur seperti yang dilakukan *metalhead* luar negeri. Praktik keberagamaan sudah terlebih dahulu ada dan dipraktikkan oleh masyarakat lain di Indonesia sebelum adanya komunitas musik metal baik di luar maupun di dalam Indonesia. Keberadaan subkultur sebenarnya tercipta untuk melawan budaya yang telah ada dan mapan. Tetapi praktik keberagamaan dari budaya lain juga dipraktikkan oleh *metalhead* Indonesia yang tergabung baik dalam komunitas musik metal itu sendiri maupun komunitas non-musik metal tetapi hanya bersifat sementara atau subkultur-temporer *metalhead* Indonesia ([Rahmat 351](#)).

Penggunaan *Facebook* sebagai komunikasi visual merupakan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari *metalhead* Indonesia. Dalam praktiknya, komunikasi visual digunakan untuk membantu agar pesan yang diinginkan tersampaikan dan dimengerti kepada orang yang dituju. Selama menggunakan media sosial, sejak dahulu Myspace hingga kini *Facebook*, *metalhead* Indonesia memiliki cara tersendiri dalam keberlangsungan komunikasi visual di media sosial, yaitu komunikasi visual sebagai awal komunikasi visual dan pengelolaan komunikasi visual sebagai mempertahankan keberadaan komunikasi visual.

Tulisan ini bermaksud untuk mengungkapkan proses yang dilakukan *metalhead* Indonesia dalam praktik komunikasi visual. Proses tersebut dimaksudkan sebagai tahap awal dalam berkomunikasi visual di *Facebook*. Prosesnya terdapat empat tahap yang dilakukan secara bertahap satu persatu sesuai urutannya, yaitu memproduksi, menyalurkan, mengomunikasikan, dan memahami komunikasi visual. Setelah melakukan keempat tahapan sebagai awal komunikasi visual, selanjutnya terdapat tahap lain. Tahap yang lain tersebut adalah pengelolaan komunikasi visual. Adanya pengelolaan komunikasi visual karena didasari kesesuaian dan kelanjutan tema yang sebelumnya sudah dibahas pada proses awal komunikasi visual. Pengelolaan komunikasi visual merupakan suatu upaya mempertahankan pembahasan suatu tema yang dilakukan secara terus menerus melalui bermacam jenis komunikasi visual.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah secara etnografi konvensional atau partisipan observer mengacu pada penjelasan ([Spradley 13](#)), bahwa etnografi merupakan metode penelitian yang dikhususkan untuk memahami aspek kultural dalam masyarakat meliputi teknik penelitian, teori etnografis, dan berbagai macam deskripsi kebudayaan yang bermakna untuk membangun suatu pengertian yang sistemik terhadap suatu kebudayaan yang ia pelajari sebelumnya. Selain itu juga menggunakan etnografi virtual atau searching di media sosial, sebagaimana yang dikemukakan [Nasrullah \(1\)](#) di jaman sekarang etnografi bukan sekedar mengeksplorasi catatan-catatan tentang artefak kebudayaan saja, melainkan juga meneliti lebih mendalam bagaimana artefak itu bisa ada dan berlaku di sebuah kelompok, salah satunya fenomena di media sosial *facebook* yang menjadi semacam ruang pribadi untuk mengunggah apa saja yang ada di sekitar mereka.

Hasil dan Pembahasan

Memproduksi komunikasi visual adalah sebuah kegiatan yang dilakukan seseorang secara perorangan sebelum atau saat aktivitas *online Facebook*. Karya seni pertunjukan yang diproduksi diharapkan dapat memperluas pemahaman kita tentang politik indrawi Islam, serta praktik estetika dan etika, di dunia di mana hiburan, rekreasi, dan industri budaya dianggap semakin menentukan keberlanjutan budidaya diri yang saleh ([Jouili](#)). Jenis komunikasi visual terdiri dari tulisan, foto, meme, poster atau gambar, maupun video. Seseorang disebut sebagai produsen komunikasi visual apabila memproduksi satu atau semua jenis komunikasi visual tersebut. Aktivitas *metalhead* Indonesia yang dilakukan serhari-hari di media sosial juga disebut sebagai produsen komunikasi visual. Berbagai macam tema komunikasi visual yang diproduksi oleh *metalhead* Indonesia, antara lain mengenai festival musik metal, karya dan biografi band musik metal dalam maupun luar negeri, atribut musik metal dalam dan luar negeri, dan keberagamaan.

Penyaluran komunikasi visual adalah sebuah upaya awal terbukanya komunikasi visual di *Facebook* antara penyalur dan pengguna *Facebook* lainnya. Maksud dari pengguna *Facebook* lainnya merupakan akun *Facebook* yang berteman dengan penyalur komunikasi visual. Jenis komunikasi visual yang disalurkan oleh penyalur, antara lain tulisan, foto, meme, maupun video. *Metalhead* Indonesia selain memproduksi komunikasi visual juga menyalurkan komunikasi visual di *Facebook*. Pencitraan (*image*) yang terbentuk dari artis/*band* itu merupakan persepsi yang ditangkap publik saat menerima informasi apa pun yang diberikan artis/*band* tersebut secara konstan, misalnya yang ditimbulkan dari musik, lirik, gaya/penampilan, *attitude*, sampul album dan desain *merchandise* hingga opini sang artis. Tema komunikasi visual yang disalurkan meliputi mengenai festival musik metal, karya dan biografi band musik metal dalam maupun luar negeri, atribut musik metal dalam dan luar negeri, dan keberagamaan. Namun, jenis komunikasi visual yang disalurkan *metalhead* Indonesia tidak hanya yang diproduksi sendiri, juga yang diproduksi oleh temannya di *Facebook*.

Mengomunikasikan dan Memahami Komunikasi visual

Komunikasi melalui komunikasi visual adalah hubungan antar-dua orang atau lebih membahas suatu tema dengan menggunakan berbagai jenis komunikasi visual salah satunya di media *Facebook*. Di *Facebook*, disediakan kolom komentar bagi yang ingin berkomunikasi lebih lanjut secara mendalam sesuai dengan jenis dan tema komunikasi visual yang disalurkan oleh seseorang. *Metalhead* Indonesia berkomunikasi melalui komunikasi visual dengan berbagai tema dan jenis komunikasi visual. Jenis komunikasi visual yang dikomunikasikan oleh *metalhead* Indonesia adalah tulisan, foto, meme, maupun video. Sedangkan tema yang dikomunikasikan melalui jenis komunikasi visual adalah festival musik metal, karya dan biografi band musik metal dalam maupun luar negeri, atribut musik metal dalam dan luar negeri, dan keberagamaan.

Memahami komunikasi visual adalah mengetahui maksud dari tema yang dikomunikasikan melalui jenis komunikasi visual yang disalurkan di *Facebook*. Berbagai macam tema yang dikomunikasikan antar-sesama *metalhead* Indonesia adalah sesuai dengan apa yang dapat dipahami oleh mereka, yaitu festival musik metal, karya dan biografi band musik metal dalam maupun luar negeri, atribut musik metal dalam dan luar negeri, dan keberagamaan. Memasukkan seni visual sebagai upaya menghadirkan yang dapat dikenali dalam objek sebagai sebuah logo yang cukup dikenal oleh publik muslim di Indonesia ([George](#)).

Proses memahami tersebut berdasarkan adanya keterhubungan antara kehidupan sehari-hari *metalhead* Indonesia secara langsung dengan praktik komunikasi visual yang dipraktikkan di *Facebook*. Esensi dari kemunculan hingga bertahannya bentuk komunikasi visual

merupakan adanya keterkaitan tema yang dibahas dan pengalaman yang dialami *metalhead* Indonesia. Hal tersebut merupakan sebuah transformasi pengalaman yang berawal dari kehidupan sehari-hari secara langsung yang berbentuk fisik menjadi ke yang berbentuk visual saja. Kehidupan sehari-hari yang fisik dalam suatu tema tersebut yang membentuk suatu pengalaman yang membawa kepada peristiwa kehidupan dalam komunikasi visual tidak mesti selalu merupakan sebuah perjumpaan antara sesama *metalhead* Indonesia. Bisa juga, masing-masing *metalhead* Indonesia melakukan kehidupan fisik sehari-hari tidak bersama sesama *metalhead*. Tetapi *metalhead* melakukan kehidupan sehari-hari secara fisik sendiri-sendiri di mana pun mereka berada di dalam suatu lingkungan.

Materi Komunikasi Visual Keberagamaan *Metalhead* Indonesia di Facebook

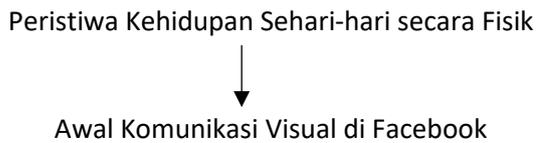
Festival musik metal, karya dan biografi *band* musik metal dalam maupun luar negeri, dan atribut *band* musik metal dalam dan luar negeri, adalah tema yang sering dikomunikasikan *metalhead* Indonesia di Facebook. Selain itu, terdapat satu tema lain yang juga sering dikomunikasikan dan merupakan sebagai khas *metalhead* Indonesia, yaitu keberagaman. Materi visual tema keberagaman yang dipraktikkan *metalhead* Indonesia di Facebook terdapat tujuh metode, yaitu pertama, menampilkan foto profil dan foto sampul; kedua, mempraktikkan opini pribadi keagamaan secara langsung di Facebook; ketiga, mengajak sesama Muslim agar beribadah secara langsung di Facebook; keempat, sebelumnya dipraktikkan di luar Facebook lalu didokumentasikan dan disebar di Facebook; kelima, menyebarkan informasi dan pengetahuan yang didapati di Facebook; keenam, menyiarkan secara langsung kegiatan keberagaman yang dilakukan melalui aplikasi video Facebook; dan, ketujuh, menyebarkan segala informasi tentang band musik metal Islami dari dalam negeri.

Jenis komunikasi visual bertema keberagaman yang komunikasikan *metalhead* Indonesia adalah tulisan, foto, meme, video rekaman, dan video siaran langsung. Hal tersebut juga merupakan sebuah ungkapan menyuruh kepada kebaikan jika terbukti kebaikan ditinggalkan (tidak diamalkan), dan melarang dari kemungkaran jika terbukti kemungkaran dikerjakan (hisbah) untuk mencari hubungan antara kegiatannya dan pengembangan seni dan kerajinan dalam Islam ([Stilt](#)). Materi keberagaman yang dijadikan komunikasi visual antara lain, mulai dari pendapat atau hasil pemikirannya sendiri, mengutip ayat-ayat Al-quran serta hadis Nabi Muhammad SAW, pendapat atau pandangan tokoh-tokoh Islam dari dalam maupun luar negeri, hingga pendapat dari warga muslim baik yang *metalhead* maupun *non-metalhead*.

Praktik komunikasi visual keberagaman dilakukan secara perseorangan masing-masing *metalhead* Indonesia. Selain itu, teknis berkomunikasi visual dengan sesama teman Facebooknya pun juga beragam cara. Kegiatan keberagaman rupanya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari *metalhead* Indonesia, mulai dari kehidupan secara fisik lalu bertransformasi ke dalam komunikasi visual di Facebook. Selain itu, bisa kembali bertransformasi dari komunikasi visual di Facebook ke dalam kehidupan secara fisik dan kembali bertransformasi ke dalam komunikasi visual di Facebook.

Pengelolaan Komunikasi Visual yang Bertransformasi ke Media Facebook

Pengelolaan komunikasi visual merupakan sebagai bentuk upaya menindaklanjuti pembahasan tema yang sebelumnya telah diperbincangkan pada awal komunikasi visual di Facebook. Penindaklanjutan tersebut terdapat dua tahap yang berbeda satu sama lain. Pertama, penindaklanjutan yang masih tetap dalam komunikasi visual di Facebook. Penindaklanjutan tahap yang pertama ini memungkinkan selalu lebih awal terjadi ketimbang penindaklanjutan tahap yang lain; dan penindaklanjutan seperti ini selalu terjadi secara berulang-ulang karena masih satu media, yaitu di Facebook.



Gambar 1 Transformasi Komunikasi *Metalhead* Indonesia
 Konstruksi oleh Sujud Puji Nur Rahmat, 2019

Terdapat banyak penjelasan mengapa, penindaklanjutan ke tahap pertama ini bisa selalu terjadi terlebih dahulu ketimbang yang lainnya. Penjelasan adalah: 1) tidak perlu mengubah bentuk atau bertransformasi, 2) masih dalam satu momen waktu, 3) waktu yang digunakan dalam merespon sangat cepat, 4) tema dan jenis komunikasi visual sebagai pembahasan dapat diulang-ulang dan bisa dilihat dari berbagai sudut sehingga menimbulkan banyak ide bahan perbincangan, 5) bahan pembahasan sebagai tema komunikasi visual dapat dibahas secara cepat dalam waktu antara kejadian dan perbincangan walaupun lokasinya yang berjauhan, 6) daya visual lebih menarik daripada suara, dan 7) daya visual lebih bebas dan nyaman daripada bertatap muka atau fisik secara langsung.



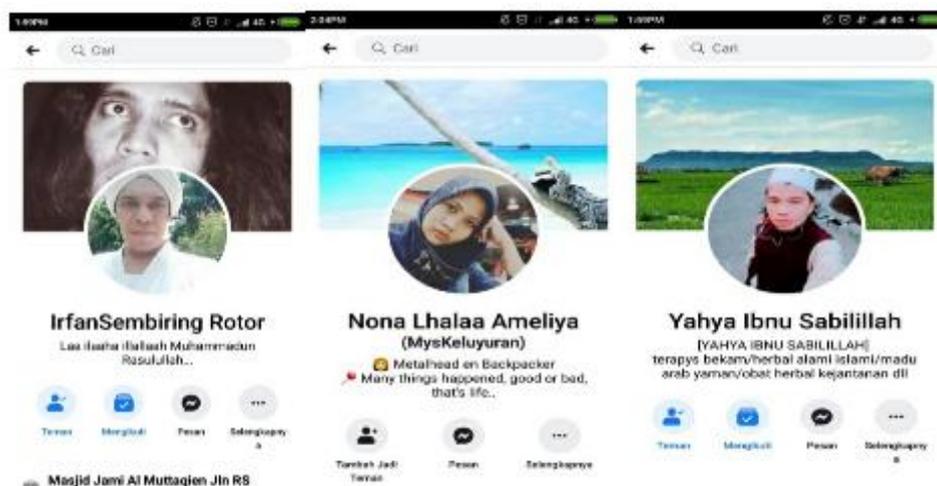
Gambar 2 Pola Pengelolaan Komunikasi Visual dan Tahap Penindaklanjutan
 Konstruksi oleh Sujud Puji Nur Rahmat, 2019

Sedangkan kedua, penindaklanjutan yang dari komunikasi visual di *Facebook* bertransformasi ke dalam kehidupan sehari-hari secara fisik terdapat sebaliknya dari penjelasan yang penindaklanjutan masih tetap dalam komunikasi visual di *Facebook*. Apabila awal komunikasi visual adanya upaya transformasi dari peristiwa perjumpaan kehidupan sehari-hari secara fisik menjadi peristiwa perjumpaan praktik komunikasi visual di *Facebook*. Sedangkan pengelolaan komunikasi visual adanya upaya menindaklanjuti pembahasan sebelumnya dari awal komunikasi visual di *Facebook* dan berlanjut tetap berkomunikasi visual di *Facebook* atau kembali transformasi/misi ke komunikasi kehidupan sehari-hari secara fisik. [Nurgiyantoro](#) mengemukakan, transformasi adalah perubahan suatu hal atau keadaan. Bentuk perubahan, adakalanya berubah kata, kalimat, struktur, dan isi. Selain itu transformasi juga bisa dikatakan, pemindahan atau pertukaran suatu bentuk ke bentuk lain, yang dapat menghilangkan, memindahkan, menambah, atau mengganti unsur seperti transformasi dari nyata ke media sosial. Hal ini sesuai dengan ungkapan [Damono \(46\)](#) yang mengatakan alih wahana pasti menghasilkan jenis kesenian atau bentuk yang berbeda. Apabila terjadi adanya dari awal komunikasi visual di *Facebook* lalu kembali transformasi ke komunikasi kehidupan sehari-hari

secara fisik, kemungkinan akan kembali kepada transformasi ke komunikasi visual di *Facebook*. Keterkaitan antara kehidupan sehari-hari secara fisik dan komunikasi visual di *Facebook*, tidak hanya terjadi secara satu arah. Tetapi bisa terjadi dua arah, yaitu: pertama, transformasi dari kehidupan sehari-hari secara fisik ke komunikasi visual di *Facebook*; kedua, transformasi/misi dari komunikasi visual di *Facebook* ke kehidupan sehari-hari secara fisik.

Menampilkan Foto Profil dan Foto Sampul

Pada metode ini dalam praktik visual keberagaman *metalhead* Indonesia adalah umumnya menggunakan jenis komunikasi visual foto. Komunikasi visual visual foto tersebut, digunakan pada bagian tampilan di akun *Facebook*. Terdapat dua pada bagian tampilan, yaitu foto profil dan foto sampul. Tampilan ukuran foto profil tidak sebesar tampilan ukuran foto sampul, yang mencapai delapan kali lipat. Foto profil dan foto sampul sebagai tampilan awal bagi orang lain ingin mengenal akun *Facebook* milik orang lain. Tampilan awal dianggap merupakan cerminan dari pemilik akun *Facebook* sebelum megenal lebih jauh lagi. Namun, bagi *metalhead* Indonesia yang berpraktik visual keberagaman di *Facebook*, terdapat lima tipe dalam memanfaatkan foto profil dan foto sampul di akun *Facebook*nya. Pada tahap komunikasi visual ini, belum bisa dianggap *metalhead* Indonesia pemilik akun *Facebook* sedang berpraktik keberagamaannya.



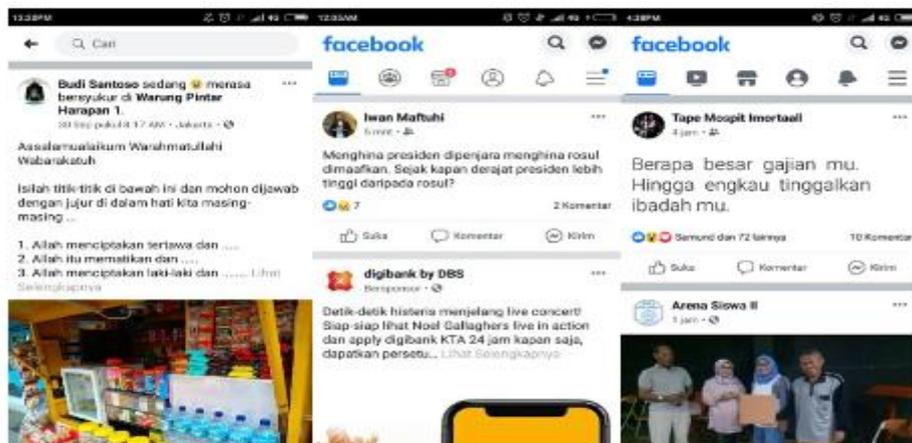
Gambar 3 Satu dari lima tipe tampilan foto profil *metalhead* Indonesia yang ditampilkan di *Facebook*.
Sumber: Sujud Puji Nur Rahmat, 2019.

Tipe pertama, *metalhead* Indonesia menggunakan pakaian busana muslim yang umumnya digunakan kelompok Islam lain. Tipe kedua, *metalhead* Indonesia yang menggunakan suasana kegiatan keberagamaannya sebagai foto profil dan foto sampul. Tipe ketiga, *metalhead* Indonesia yang tidak menggunakan suasana kegiatan keberagamaannya sebagai foto profil dan foto sampul tetapi menggunakan suasana kegiatan kemusik-metalannya yang digunakan sebagai foto profil dan foto sampul. Tipe keempat, *metalhead* Indonesia yang tidak menggunakan suasana kegiatan keberagaman dan kemusik-metalannya sebagai foto profil dan foto sampul tetapi menggunakan suasana kegiatan lainnya yang digunakan sebagai foto profil dan foto sampulnya. Tipe kelima, *metalhead* Indonesia yang tidak memanfaatkan foto profil dan foto sampul sama sekali sehingga terlihat kosong.

Mempraktikkan Opini Pribadi Keberagamaan secara Langsung di Facebook

Pada metode ini dalam praktik visual keberagamaan *metalhead* Indonesia adalah menggunakan jenis komunikasi visual tulisan. Pada metode pertama praktik visual keberagamaan ini, tidak bisa mengguna jenis komunikasi visual selain tulisan. Bentuk tulisan keberagamaannya pun juga beragam jumlahnya, dimulai yang satu kata, lalu satu kalimat, bahkan hingga satu paragraf atau lebih. Bahasa tulisan yang digunakan dalam metode praktik visual keberagamaan ini, umumnya menggunakan bahasa Indonesia dan terkadang menggunakan bahasa daerah, yaitu bahasa Jawa. Penggunaan bahasa Indonesia yang dipraktikkan, tidak berdasarkan cara yang semestinya, yaitu berbahasa yang baik dan benar.

Penggunaan bahasa Indonesianya pun, cenderung seadanya atau SPOK-nya tidak lengkap, dan terkadang bercampur dengan bahasa gaul. Selain itu, saat menulis penggunaan tanda baca juga terkesan semaunya dan tidak sesuai dengan kaidah yang berlaku dalam berbahasa Indonesia. Berdasarkan cara berkomunikasi visual melalui komunikasi visual dengan metode tulisan yang dilakukan *metalhead* Indonesia, menyiratkan akan tiga hal. Pertama, ketidakmampuan dalam menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, berikut dengan penggunaan tanda baca. Kedua, *metalhead* Indonesia mampu menggunakan bahasa Indonesia dan tanda baca yang baik dan benar, tetapi tidak digunkan karena penggunaan bahasa Indonesia dan penggunaan tanda baca yang baik dan benar tidak diperlukan dalam berkomunikasi visual di Facebook. Ketiga, *metalhead* Indonesia menganggap bahwa dalam berkomunikasi visual lebih tepat dan efektif apabila tidak menggunakan bahasa Indonesia dan tanda baca yang baik dan benar.



Gambar 4 *Metalhead* Indonesia mempraktikkan visual keberagamaan dengan menggunakan jenis komunikasi visual tulisan di Facebook. Sumber: Sujud Puji Nur Rahmat, 2019.

Muatan tulisan yang bermacam jumlahnya tersebut, juga terdapat beragam pesan, ada yang berupa sebuah pertanyaan maupun pernyataan. Ide dasar pesan yang disampaikan tersebut, baik pertanyaan maupun pernyataan, merupakan berasal dari dua gagasan. Gagasan pertama, dari pemikirannya sendiri; sedangkan gagasan kedua, merupakan menindaklanjuti pembicaraan keberagamaan dengan menggunakan metode tulisan yang sebelumnya sudah dilakukan bersama teman-teman Facebooknya pada peristiwa yang berbeda yang lalu ditafsirkan dan kembali ditulis ulang dengan pembahasan yang lain. Ragam pesan pertanyaan dan pernyataan tersebut, akhirnya menjadi pemicu komunikasi visual selanjutnya dengan ditanggapi oleh teman Facebooknya, baik sesama *metalhead* maupun non-*metalhead*. Merasa pertanyaan atau pernyataannya ditanggapi, *metalhead* Indonesia pembuat tulisan tersebut, menyambut kembali tanggapan teman Facebooknya. Namun, tanggapan dari teman Facebook

atas tulisan yang dibuatnya beragam. Mulai dari menyetujui atas gagasan yang disampaikan, berbeda padangan lalu disampaikan secara halus, hingga kontra pendapat sampai muncul perdebatan yang panjang. Ragam tanggapan tersebut, juga dilakukan *metalhead* pembuat tulisan komunikasi visual dalam menanggapi tanggapan dari teman *Facebook*nya di kolom komentar di bawah jenis komunikasi visual. Namun, segala jenis komunikasi visual yang diunggah *metalhead* Indonesia bisa diubahnya.

Pengubahan komunikasi visual yang dilakukannya adalah yang telah diunggahnya, terutama pada tulisan. Perubahan yang dilakukan, antara lain mengurangi, menambahkan, dan menggantinya. Selain diubah, segala jenis komunikasi visual yang telah diunggah juga bisa dihapus. Perubahan dan penghapusan terkait komunikasi visual yang telah diunggah juga bisa dilakukan pada tanggapan di kolom komentar. Perubahan dan penghapusan dilakukan karena diangga ketidaksesuaian setelah jenis visual diunggahnya.

Mengajak Sesama Muslim agar Beribadah secara Langsung di Facebook

Pada metode ini dalam praktik visual keberagaman *metalhead* Indonesia adalah menggunakan jenis komunikasi visual tulisan, foto, dan poster. Komunikasi visual tulisan, foto, dan poster yang diunggah *metalhead* Indonesia dalam jumlah mulai dari satu hingga lebih. Tujuan dibuatn komunikasi visual oleh *metalhead* Indonesia ini untuk sebagai bahan komunikasi visualnya sehingga menjadi pesan. Di balik pesan yang disampaikan tersebut, merupakan sebuah ajakan dari *metalhead* Indonesia kepada *metalhead* Indonesia lainnya dan masyarakat umum. Ajakan yang dimaksud untuk melaksanakan kegiatan keagamaan. Kegiatan keagamaan tersebut, seperti solat Jumat dan magrib, pengajian tema tertentu, dan solawat. Kegiatan-kegiatan keagamaan tersebut, merupakan rutin yang diwajibkan agama dan komunitas keagamaan yang diselenggarakan masyarakat umum.

Pelaku atau peserta kegiatan keagamaan bercampur antara *metalhead* Indonesia dengan masyarakat umum. Khususnya kegiatan keagamaan solat magrib dan solawat, bisa dilakukan sendiri oleh yang bersangkutan. Jadi, di balik pesan yang disampaikan berupa sebuah pengingat saja. Praktik visual keberagaman pada materi ini, dapat dilakukan karena adanya momen tertentu. *Metalhead* Indonesia tidak bisa membuat materi sendiri. Berbeda dengan praktik visual keberagaman sebelumnya, yaitu menampilkan foto profil dan mempraktikan opini pribadi keagamaan secara langsung di *Facebook*, di mana bisa dibuat dan disebarakan sendiri sesuka hati pembuatnya tanpa harus ada momen tertentu.



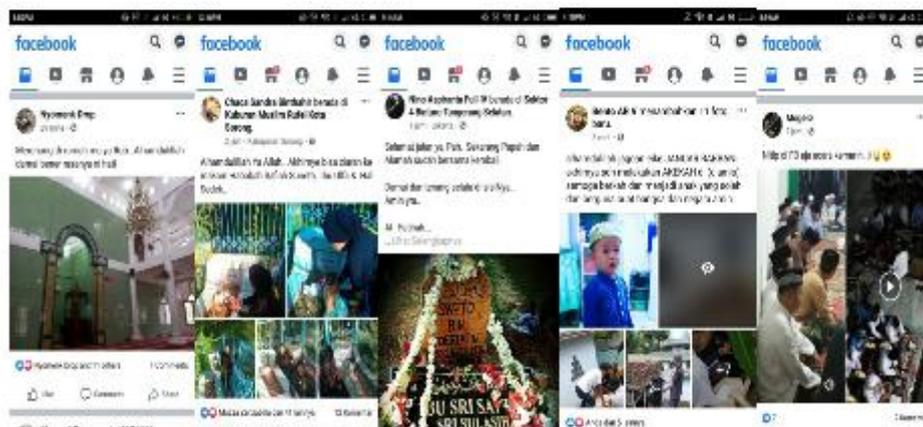
Gambar 5 Aktivitas Keberagaman di Facebook.
Sumber: Sujud Puji Nur Rahmat, 2019

Dipraktikan di Luar Facebook lalu Didokumentasikan dan Disebar di Facebook

Pada metode ini dalam praktik visual kebergamaan *metalhead* Indonesia hanya menggunakan dua jenis komunikasi visual, yaitu foto dan video. Komunikasi visual foto dan video yang diunggahnya *metalhead* Indonesia dalam jumlah mulai dari satu hingga batas maksimum yang diperbolehkan Facebook, yaitu tiga puluh buah foto atau video. Komunikasi visual ini paling sering dipraktikan *metalhead* Indonesia dari pada komunikasi visual lainnya. Dalam komunikasi visual foto dan video lebih utama menampilkan tempat dan keadaan sekitar saat praktik kebergamaan dilakukan *metalhead* Indonesia. Tempat dan keadaan sekitarnya dalam praktik komunikasi visual kebergamaan *metalhead* Indonesia pun terdapat dua macam.

Pertama, tempat dan keadaan sekitar dalam praktik kebergamaan yang merupakan bukan tempat dan keadaan sekitar umumnya tempat dan keadaan sekitar digunakan dalam kebergamaan. Pada tempat dan keadaan sekitar yang pertama ini, adalah hanya diperuntukan untuk *metalhead* Indonesia saja atau disebut praktik kebergamaan khusus. Tempat dan keadaan sekitar tersebut, merupakan praktik kebergamaan yang diinisiasi oleh para *metalhead* Indonesia. Dengan begitu, maka praktik kebergamaan tersebut dihadiri dan dipenuhi *metalhead* Indonesia. Penyelenggaraan praktik kebergamaan yang diselenggarakan para *metalhead* Indonesia, pakaian yang digunakan pun beragam: ada yang menggunakan pakaian umumnya umat Muslim Indonesia lainnya menggunakannya saat praktik kebergamaan, ada yang menggunakan pakaian resmi dalam acara-acara formal yang digunakan masyarakat Indonesia lainnya, dan ada yang menggunakan pakaian musik metal.

Kedua, tempat dan keadaan sekitar dalam praktik kebergamaan yang merupakan tempat dan keadaan sekitar umumnya tempat dan keadaan sekitar digunakan dalam kebergamaan. Pada tempat dan keadaan sekitar yang kedua ini, adalah umumnya ditempati dan dilakukan umat Muslim Indonesia lainnya atau disebut praktik kebergamaan umum. Tempat dan keadaan sekitar tersebut, merupakan praktik kebergamaan yang diinisiasi umat Muslim lainnya. Dengan begitu, *metalhead* Indonesia bercampur dengan umat Muslim lainnya yang merupakan mayoritas dari keseluruhan yang hadir. Penyelenggaraan praktik kebergamaan umum ini, diselenggarakan oleh umat Muslim lainnya dan *metalhead* Indonesia hanya sebagai peserta saja. Penyelenggaraan praktik kebergamaan yang diselenggarakan umat muslim Indonesia lainnya, pakaian yang digunakan terdapat dua macam: ada yang menggunakan pakaian umumnya umat Muslim Indonesia menggunakannya saat praktik kebergamaan, dan ada yang menggunakan pakaian seragam komunitas umat Muslim Indonesia tertentu. Bahkan, [Wallach \(17-18\)](#) mengatakan bahwa kemunculan musik Metal di Indonesia—yang ia sebut dengan *underground music*—antara lain sebagai respon terhadap keadaan demokrasi di negeri ini. Hal inilah yang dipraktikkan dalam komunikasi visual yang mereka hadirkan lewat *facebook*.



Gambar 6 *Metalhead* Indonesia mempraktikkan visual keberagaman dengan menggunakan jenis komunikasi visual foto di Facebook. Sumber: Sujud Puji Nur Rahmat, 2019

Adapun praktik komunikasi visual keberagaman dari dua tempat dan keadaan sekitar tersebut menggunakan tiga cara. Cara pertama, komunikasi visual foto dan video dilakukan sendiri-sendiri dengan menggunakan alat perekamnya sendiri—biasanya menggunakan telepon seluler smartphone. Cara kedua, komunikasi visual foto dan video dilakukan secara bersama-sama, dengan menggunakan alat perekam salah seorang *metalhead* Indonesia yang terlibat dalam praktik keberagaman tersebut. Cara ketiga, komunikasi visual foto dan video dilakukan secara bersama-sama, dengan menggunakan alat perekam salah seorang peserta keberagaman atau umat Muslim Indonesia lainnya yang terlibat dalam praktik keberagaman tersebut. Foto dan video komunikasi visual yang berhasil mengabadikan praktik keberagaman para *metalhead* Indonesia pada tempat dan keadaan sekitar tertentu, diunggahnya dalam dua waktu.

Waktu pertama, setelah pendokumentasian selesai dan praktik keberagaman masih berlangsung. Waktu kedua, ketika praktik keberagaman selesai dan diunggahnya pun antara pada berjam-jam atau berhari-hari setelahnya. Adapun dalam mendapati komunikasi visual foto dan video yang diunggah *metalhead* Indonesia atau umat Muslim Indonesia lainnya, *metalhead* Indonesia yang juga terlibat dalam praktik keberagaman menunggu kiriman dengan cara akun Facebooknya di-tag (dilabeli) oleh pengunggah komunikasi visual foto dan video tersebut. Mengenai komunikasi visual video, terdapat dua materi yang diunggahnya. Materi pertama, video yang tanpa perubahan dari gambar yang aslinya, baik pengurangan maupun penambahan gambar dan segala komunikasi visual, baik tulisan, suara efek, maupun musik. Materi kedua, video yang diubah dari gambar aslinya. Pengubahannya terdapat dua jenis: pertama, pengurangan atau pemotongan gambar asli; dan, kedua, menambahkan tulisan, suara efek, maupun musik pada gambar asli. Maksud dari perubahan gambar, terutama pada penambahan tulisan, suara efek, dan musik, lebih kepada agar calon penonton memahami pesan yang disampaikan pengunggah video.

Menyebarkan Informasi dan Pengetahuan yang Didapati di Facebook

Pada metode ini dalam praktik visual keberagaman *metalhead* Indonesia adalah menggunakan semua jenis komunikasi visual, yaitu tulisan, foto, meme, video, dan video siaran langsung. Adapun melalui metode ini *metalhead* Indonesia hanya sebagai penyebar berbagai jenis visual yang telah didapatinya. Merasa dianggap sesuai dengan pandangannya dalam keberagaman, *metalhead* Indonesia tersebut meneruskan pengetahuan yang didapatinya. Namun, *metalhead* Indonesia yang menyebarkan pengetahuan keberagaman tersebut, tidak bisa

menentukan jenis komunikasi visualnya. Jenis komunikasi visualnya ditentukan dari pengirim pengetahuan kebergamaan yang diterimanya.

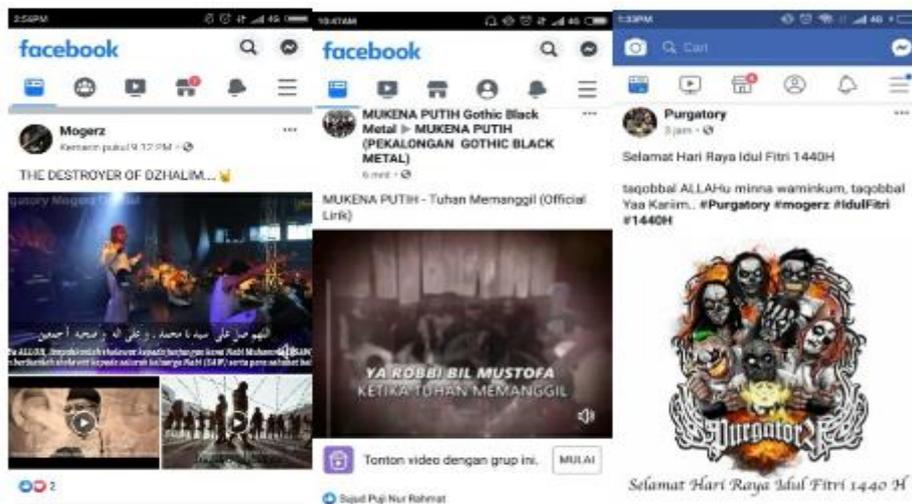


Gambar 7 Partisipasi *Metalhead* Indonesia menyiarkan secara langsung kegiatan keagamaan Islam di Monas melalui aplikasi video *Facebook*. Sumber: Sujud Puji Nur Rahmat, 2019

Adapun teknis penyebaran pengetahuan kebergamaan yang berbagai jenis visual tersebut terdapat tiga cara. Pertama, penyebaran pengetahuan kebergamaan dilakukan hanya di akun *Facebook*nya sendiri dan pengaturannya untuk umum sehingga siapaun bisa melihatnya, baik merupakan *metalhead* maupun non-*metalhead*. Kedua, penyebaran pengetahuan kebergamaan dilakukan di akun *Facebook*nya sendiri dan menautkan teman-teman *Facebook*nya, yang merupakan *metalhead* maupun non-*metalhead*, berjumlah sebanyak satu maupun lebih hingga mencapai puluhan. Ketiga, penyebaran pengetahuan kebergamaan dilakukan di satu akun grup *Facebook* atau lebih yang sebelumnya *metalhead* Indonesia tersebut sudah resmi bergabung dan grup *Facebook* yang terkait musik metal maupun non-musik-metal.

Menyebarkan Segala Informasi Tentang Band Musik Metal Islami dari Dalam Negeri

Pada metode ini dalam praktik visual kebergamaan *metalhead* Indonesia adalah menggunakan semua jenis komunikasi visual, yaitu tulisan, foto, meme, video, dan video siaran langsung. Adapun melalui metode ini *metalhead* Indonesia hanya sebagai penyebar berbagai jenis visual yang telah didapatinya dari *band* musik metal Islami tersebut. Seperti grup metal Purgatory dimana syair dan musik mereka mengusung nilai-nilai religius islami dalam karya musik dan pertunjukannya ([Rahmat et al. "Musik Metal Dan Nilai Religius Islam: Tinjauan Estetika Musik Bermuatan Islami Dalam Penampilan Purgatory" 133](#)). Materi kebergamaan *band* musik metal Islami dalam negeri yang disembarkannya antara lain terkait tema festival musik metal yang telah dan akan *band* tersebut tampil, karya lagu dan biografi *band* yang telah dan akan dirilis, segala atribut dari *band* musik metal Islami, dan segala kegiatan kebergamaan masing-masing maupun seluruh perssonil dari *band* musik metal Islami tersebut pada saat kegiatan yang terkait musik metal maupun non-musik metal.



Gambar 8 *Metalhead* Indonesia menyebarkan informasi band metal Islami Indonesia menggunakan video dan ilustrasi di *Facebook*. Sumber: Sujud Puji Nur Rahmat, 2019.

Terkadang *metalhead* Indonesia yang menyebarkan segala jenis visual band musik metal Islami dalam negeri juga menambahkan komunikasi visual tulisan sebagai tambahan dan pendukung. Memang, musik dan aspek-aspek atau tingkah laku lainnya dalam kehidupan manusia memiliki keterkaitan, sehingga pemahaman mengenai suatu kebudayaan dapat dicapai antara lain lewat studi terhadap musiknya (Irawati 3). Intinya, ada kesesuaian antara musik dengan aspek kehidupan lainnya, termasuk religi. Komunikasi visual tulisan sebagai tambahan dan pendukung adalah judul dan uraian. Judul dan uraian diperlukan agar maksud pesan dari pengunggah segala jenis komunikasi visual tersampaikan dan dipahami para pembaca. Tulisan judul dan uraian mengarahkan pembaca supaya fokus dan tidak melenceng dari maksud pesan yang disampaikan pengunggah.

Teknis Berkomunikasi Visual dengan Sesama Teman *Facebook*

Teknis berkomunikasi visual dengan sesama teman *Facebook* yang dilakukan *metalhead* Indonesia dalam mempraktikkan komunikasi visual bertema keberagamaan, terdapat tiga macam. Pertama, komunikasi visual dengan menggunakan empat jenis komunikasi visual dilakukan hanya di akun *Facebook*nya sendiri dan pengaturannya untuk umum sehingga siapaun bisa melihatnya. Kedua, komunikasi visual dengan menggunakan empat jenis komunikasi visual dilakukan di akun *Facebook*nya sendiri dan menautkan teman-teman *Facebook*nya, yang merupakan *metalhead* maupun non-*metalhead*, berjumlah sebanyak satu maupun lebih hingga mencapai puluhan. Ketiga, komunikasi visual dengan menggunakan empat jenis komunikasi visual dilakukan di satu akun grup *Facebook* atau lebih yang sebelumnya *metalhead* Indonesia tersebut sudah resmi bergabung dan grup *Facebook* yang terkait musik metal maupun non-musik-metal.

Metalhead Indonesia yang berkomunikasi visual bertemakan keberagamaan, menggunakan berbagai jenis komunikasi visual, yaitu tulisan, foto, meme, video, dan video siaran langsung. Namun, dalam berkomunikasi visual tersebut lebih sering menggunakan komunikasi visual tulisan, daripada foto, meme, video, dan siaran langsung. Penggunaan jenis komunikasi visual dalam berkomunikasi visual bertemakan keberagamaan, disesuaikan dengan kondisi yang sedang dialaminya. Penggunaan komunikasi visual tulisan, ketika dalam kondisi bebas dari kegiatan keberagamaan maupun non-keberagamaan. Namun, komunikasi visual

tulisan juga selalu dipakai sebagai komunikasi visual tambahan dan pendukung pada komunikasi visual lainnya, seperti foto, meme, video, dan video siaran langsung.

Pengertian sebagai pendukung dan tambahan dalam menggunakan komunikasi visual tulisan pada komunikasi visual lainnya, adalah judul dan uraian. Judul dan uraian diperlukan agar maksud pesan dari pengunggah tersampaikan dan dipahami para pembaca. Komunikasi visual tulisan judul dan uraian pada komunikasi visual lainnya, mengarahkan pembaca supaya fokus dan tidak melenceng dari maksud pesan yang disampaikan pengunggah. Penggunaan komunikasi visual foto, terdapat dua kondisi yang dialaminya, yaitu sedang berkegiatan keberagamaan dan setelah kegiatan keberagamaan. Penggunaan komunikasi visual meme, ketika dalam kondisi bebas dari kegiatan keberagamaan maupun non-keberagamaan. Penggunaan komunikasi visual video, terdapat dua kondisi yang dialaminya, yaitu sedang berkegiatan keberagamaan dan setelah kegiatan keberagamaan. Penggunaan komunikasi visual video siaran langsung, ketika dalam kondisi bebas dari kegiatan keberagamaan.

Simpulan

Perjalanan berkomunikasi *metalhead* Indonesia terhadap sesama *metalhead* maupun masyarakat umum memiliki proses yang panjang. Sebagaimana yang dilakukan masyarakat umum serta sebagai tren masyarakat dunia dan Indonesia, *metalhead* Indonesia juga menggunakan media sosial *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Myspace* sebagai media alternatif komunikasinya. Penggunaan media sosial yang dilakukan *metalhead* Indonesia selama 16 tahun dari 29 tahun keberadaannya, dan penggunaan *Facebook* merupakan terlama dibanding dengan *Myspace* dan *Whatsapp*, merupakan sebuah kontribusi tersendiri dalam budaya visual. Pengalaman *metalhead* Indonesia dalam berkomunikasi visual—selain komunikasi visual kehidupan sehari-hari gestur dan verbal.

Penyebab terjadi praktik penggunaan komunikasi visual alternatif secara terus menerus adalah adanya pengelolaan komunikasi visual yang didalamnya turut serta terkait dengan tema komunikasi tertentu yang diperbincangkan di media yang lengkap menampung berbagai jenis komunikasi visual karena empat hal yang saling terhubung. Pertama, media sosial *Facebook* bila dilihat dari satu sisi merupakan media komunikasi visual alternatif *metalhead* Indonesia. Tetapi dalam praktiknya, penggunaan *Facebook* yang sangat lama oleh *metalhead* Indonesia merupakan bukan media komunikasi visual alternatif. Melainkan media komunikasi visual yang terkait dengan komunikasi sehari-hari gestur maupun verbal. Berawal dari kehidupan sehari-hari gestur dan verbal dibawa ke *Facebook* lalu dari *Facebook* dibawa ke kehidupan sehari gestur dan verbal, dan praktik seperti itu yang dilakukan secara terus menerus tiada henti di titik tertentu. Maka itu, *Facebook* tidak bisa disebut sebagai sebuah media komunikasi visual alternatif.

Kedua, keberagamaan bila dilihat dari satu sisi merupakan sebagai tema alternatif. Tetapi dalam praktiknya, bila dilihat kehidupan *metalhead* Indonesia secara menyeluruh, keberagamaan tidak bisa dilepas dari kehidupannya; sehingga keberagamaan bukan sebagai sebuah tema alternatif. Walaupun *metalhead* Indonesia mengangkat tema komunikasi musik metal yang merupakan sebuah sub-kultur. Maka, bisa disebut bahwa *metalhead* Indonesia ialah kelompok yang mempraktikkan perihal agama dan musik. Ketiga, *Facebook* menampilkan banyak jenis komunikasi visual. Jenis komunikasi visual tersebut, ialah tulisan, foto, meme, gambar atau poster, video, dan video siaran langsung. *Metalhead* Indonesia bisa menggunakan satu atau semua jenis komunikasi visual sebagai komunikasi visual pilihannya di *Facebook*. Keempat, praktik berkomunikasi visual keberagamaan di *Facebook*, *metalhead* Indonesia merupakan

pelaku utama dalam empat tahap, yaitu memproduksi, menyalurkan, mengomunikasikan, dan memahami komunikasi visual tersebut. Merupakan empat tahap yang komunikasi visual yang membantuk sistem khusus.

Facebook bukan sebagai media komunikasi visual alternatif *metalhead* Indonesia. Namun, *Facebook* merupakan sebagai pelebaran atau penambahan tempat komunikasinya. Perbincangan tema agama dan musik metal merupakan sebuah oposisi biner bagi *metalhead* Indonesia, yaitu saling terkait satu sama lain sehingga menjadi satu kesatuan. Pembahasan musik metal tidak bisa lepas dari praktik keberagamaan. Muatan keberagamaan selalu diselipkan dalam lingkungan kebermusik-metalan. Berbagai jenis komunikasi visual yang disediakan *Facebook*—tulisan, foto, meme, gambar atau poster, video, dan video siaran langsung—menandakan keleluasaan *metalhead* Indonesia dalam berpraktik visual keberagamaan yang melibatkan banyak orang sehingga lebih masif dilakukannya komunikasi visual dibandingkan di media sosial lainnya. Sistem khusus—memproduksi, menyalurkan, mengomunikasikan, dan memahami—praktik visual keberagamaan *metalhead* Indonesia di *Facebook*, yang merupakan sebagai dasar praktik visual keberagamaan *metalhead* Indonesia di media sosial.

Daftar Pustaka

- Damono, Sapardi Djoko. *Alih Wahana*. Editum, 2014.
- George, Kenneth M. "Designs on Indonesia's Muslim Communities." *The Journal of Asian Studies*, vol. 57, no. 3, 1998, pp. 693-713, doi:<https://doi.org/10.2307/2658738>.
- Irawati, Eli. "Transmisi Kelentangan Dalam Masyarakat Dayak Benuaq." *Resital: Jurnal Seni Pertunjukan (Journal of Performing Arts)*, vol. 17, no. 1, 2016, pp. 1-18, doi:<https://doi.org/10.24821/resital.v17i1.1686>.
- Jones, Steve. "Music and the Internet." *The Handbook of Internet Studies*, edited by Robert Burnett et al., Wiley-Blackwell, 2010.
- Jouili, Jeanette S. "Refining the Umma in the Shadow of the Republic: Performing Arts and New Islamic Audio-Visual Landscapes in France." *Anthropological Quarterly*, 2014, pp. 1079-1104, doi:<https://doi.org/10.1353/anq.2014.0059>.
- Mazierska, Ewa. "Introduction: Setting Popular Music in Motion." *Relocating Popular Music*, edited by Ewa Mazierska and Georgina Gregory, Palgrave Macmillan, 2015.
- Nasrullah, Rulli. *Etnografi Virtual : Riset Komunikasi, Budaya Di Internet*. Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Nurgiyantoro, Burhan. *Teori Pengkajian Fiksi*. Gadjah Mada University Press, 2010.
- Rahmat, Sujud Puji Nur. "Hasrat Bermain Dalam Festival Musik Metal Di Jakarta." *Program Studi Pengkajian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa Sekolah Pascasarjana* vol. Doktor, Disertasi, Universitas Gadjah Mada, 2018.
http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/169343http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/169343.

Rahmat, Sujud Puji Nur et al. "Musik Metal Dan Nilai Religius Islam: Tinjauan Estetika Musik Bermuatan Islami Dalam Penampilan Purgatory." *Resital: Jurnal Seni Pertunjukan (Journal of Performing Arts)*, vol. 18, no. 3, 2017, pp. 133-143, doi:<https://doi.org/10.24821/resital.v18i3.3338>.

Rahmat, Sujud Puji Nur et al. "Internet Dan Musik: Media Sosial Sebagai Wahana Publikasi the Upstairs Dan Death Flames." *SELONDING*, vol. 13, no. 13, 2018, pp. 1879-1891, doi:<https://doi.org/10.24821/selonding.v13i13.2913>.

Spradley, James P. *Metode Etnografi*. Tiara Wacana, 2007.

Stilt, Kristen. "Hisba, Arts and Craft in Islam." *The Journal of the American Oriental Society*, vol. 130, no. 3, 2010, pp. 473-476, <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA260285834&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=00030279&p=AONE&sw=w>.

Tinarbuko, Sumbo. *Dekave Desain Komunikasi Visual—Penanda Zaman Masyarakat*. CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2015.

Vardiansyah, Dani. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Indeks, 2008.

Wallach, Jeremy. "Underground Rock Music: And Democratization in Indonesia." *World Literature Today*, vol. 79, no. 3/4, 2000, pp. 16-20, doi:<https://doi.org/10.2307/40158922>.