

## **PRAKTIK IDENTITAS KELAS DALAM STIKER KOTA**

Jejen Jaelani\*  
Sinom\_city@yahoo.co.id

### **ABSTRACT**

*Town sticker phenomenon has been appeared long time ago. This phenomenon happened without any serious purpose. At the beginning, it functioned only as a decoration. Gradually, along with the development of people thought, point of view, and the increase of their taste, the function of sticker changes. Nowadays, town stickers become a practical media of social class identity. Then such phenomenon is being observed by critical discourse analysis (AWK). Based on that analysis, town sticker has become effective media to show class identity of their owner.*

### **1. Pendahuluan**

Bahasa adalah salah satu media penyampai gagasan yang paling efektif. Dalam hampir semua bidang kehidupan, bahasa memiliki peranan penting. Dengan demikian, melalui bahasa, kita dapat merekonstruksi kehidupan sosial yang ada di balik penggunaan bahasa tersebut.

Bahasa adalah praktik sosial. Hal ini diungkapkan Fairclough dalam berbagai tulisannya. Ia percaya bahwa bahasa adalah bagian takterpisahkan dalam kehidupan sosial. Dengan demikian, bahasa tidak semata-mata ujaran yang terlepas dari konteksnya. Akan tetapi, hal ini tidak berarti bahwa kehidupan sosial direduksi ke dalam bahasa.

Aspek kebahasaan yang telah memenuhi makna dan fungsi komunikasi, umumnya dikatakan sebagai wacana. Van Dijk menunjuk ke satu aspek yang sangat penting, yaitu

bahwa wacana itu hendaknya dipahami sebagai tindakan... sifatnya yang bisa berdiri sendiri dan tindakan komunikasi merupakan sesuatu yang sangat penting. (Titscher, *et.al.* 2009: 43). Di satu sisi, wacana terjadi dalam konteks-makro, di sisi lain wacana terjadi dalam konteks mikro. Konteks makro terjadi dalam berbagai organisasi dan institusi. Misalnya "wacana medis" yang dikatakan oleh Foucault. Dalam konteks mikro, wacana terjadi dalam waktu tertentu, tempat tertentu, dengan partisipan tertentu, dan sebagainya (Wodak 1996). Setiap ragam tekstual tertentu menuntut pola-pola tertentu yang khas. Misalnya, wacana pidato untuk pembukaan acara dies oleh rektor sebuah universitas akan berbeda dengan pidato pembukaan acara olah raga oleh gubernur.

Penggambaran wacana sebagai praktik sosial menyiratkan adanya hubungan dialektik antara sebuah peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang mewadahnya: peristiwa diskursif

---

\*mahasiswa S2 Linguistik, Program Ilmu-Ilmu Sastra, Universitas Padjadjaran.

dibentuk oleh maupun juga membentuk situasi, institusi, dan struktur sosial tersebut. Teks adalah hasil lingkungannya, hasil pemilihan makna yang terus-menerus, yang dapat digambarkan sebagai jalan setapak atau jalan kecil melalui jaringan-jaringan yang membentuk suatu sistem kebahasaan (Halliday dan Hassan, 1992: 15). Konteks dipadatkan ke dalam sebuah teks melalui cara yang sangat sistematis di antara lingkungan sosial dengan organisasi bahasa. Konteks dengan sendirinya menjadi bagian takterpisahkan sebuah teks.

Wacana ditetapkan dan juga dikondisikan secara sosial—aspek-aspek sosial tersebut meliputi situasi, objek pengetahuan dan identitas sosial, serta hubungan antara orang-orang dan berbagai kelompok orang (Wodak, 1996:15 dalam Titscher, 2009: 44). Wacana selanjutnya berfungsi untuk mempertahankan dan mengubah keadaan sosial masyarakat tempat wacana tersebut hidup. Selain itu, wacana bisa juga dianalisis untuk melihat gejala-gejala sosial yang terdapat dalam sebuah masyarakat. Salah satu praktik kebahasaan yang merupakan praktik sosial adalah ‘stiker kota’. Fenomena stiker kota telah muncul sejak lama. Ada banyak gaya stiker kota yang muncul dari tahun ke tahun. Fenomena ini selalu mengikuti perkembangan sosial-budaya masyarakat penggunaannya.

Jika ditelaah secara jeli, fenomena stiker ini menarik untuk dibahas. Ada berbagai hal yang mengiringi kelahiran stiker kota, dimulai dari iseng-iseng hingga yang bersifat ideologis. Yang iseng-iseng, orang hanya menempelkan tanpa maksud yang

lebih besar, yang ideologis, penempelan stiker mobil dimaksudkan menyampaikan pesan tertentu.

Fenomena stiker kota yang muncul ini dicurigai menjadi praktik identitas kelas. Dengan memasang stiker di mobil, pemilik atau pengguna mobil ingin menunjukkan bahwa ia berasal dari kelas sosial tertentu. Stiker kota menjadi penanda identitas kelas si empunya mobil.

## **2. Pembahasan**

Stiker kota adalah stiker yang berisi tulisan dan gambar tertentu. Di antara berbagai jenis stiker kota, terdapat stiker-stiker yang biasa ditempelkan pada kendaraan. Pada sepeda motor, mobil, atau bus. Stiker kota biasanya ditempelkan sebagai hiasan. Gaya stiker yang ditempelkan pada kendaraan ini sangat beragam. Jika kita sedang berada di jalan, di tengah kemacetan, sering kita melihat stiker yang ditempelkan di bagian belakang kendaraan. Stiker inilah yang dikenal dengan nama stiker kota. Fenomena stiker kota bukanlah fenomena baru. Fenomena ini telah berlangsung sejak lama. Stiker kota mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan masyarakat pemiliknya. Pada awalnya, penggunaan stiker kota hanyalah sebagai hiasan. Berbagai stiker yang ditempelkan kendaraan hanya memenuhi fungsinya sebagai penghias. Akan tetapi, seiring berubahnya cara pandang masyarakat, fungsi stiker kota kini tidak hanya sebatas hiasan. Stiker kota kini telah menjadi semacam identitas kelas sang pemilik atau pengguna kendaraan.

Imran (2008) mengatakan stiker berupa teks itu agaknya bukanlah melulu diniatkan sebagai hiasan. Ia ditempelkan seolah menjadi cara untuk merepresentasikan identitas atau realitas kultur urban yang jauh dari hanya sekadar teks, di sadari atau tidak. Stiker kota menjadi salah satu media penyampai gagasan atau pesan yang disaratkan pemilikinya.

Stiker kota sebagai salah satu medium praktik kebahasaan telah menjadi sarana efektif dalam penyebarluasan pesan. Hal ini sejalan dengan pandangan Gramsci, misalnya, yang mengatakan bahwa bahasa adalah ruang tempat simbol-simbol diproduksi dan disebarluaskan (Piliang, 2005: 90). Hal ini mengimplikasikan bahwa penggunaan bahasa dalam situasi tertentu, dalam ragam tertentu, bermuatan hal yang lebih besar dari sekadar konstruksi kebahasaan. Stiker kota kini menjadi praktik sosial. Aspek kebahasaan ditambah aspek-aspek lainnya (seperti desain) menjadi praktik sosial yang mengimplikasikan hal-hal yang jauh melampaui fungsi awalnya.

Masyarakat kelompok pengguna stiker kota menjadikan stiker kota ini menjadi media untuk menunjukkan identitas kelas. Stiker-stiker yang ditempelkan di atas kaca atau badan mobil, kini telah berfungsi sebagai penunjuk identitas kelas pemilik mobil tersebut. Dengan menempelkan stiker di mobil, penggunaannya menunjukkan bahwa ia berasal dari kelas sosial tertentu.

Berikut beberapa stiker yang muncul di dalam fenomena stiker kota saat ini “Empire Ballroom”, “Mekarsari Amazing Tourism Park”, “Amnesia”, “Fame Station”, “Black”, “Rase 102, 3

FM”, “Balcony”, “Ciputra Waterpark”, “Fren”, “Fleksi”, “Aple”, “Blackberry”, “Macbook”, “Seaworld think fish”, “Taman Safari wild conservation”, “The Jungle”, “Fenyen”, “Younx Variasi”, “Bt9 project”, “XI”, “Ciwalk”, “Bober”, “Oz fm”, “Ardan”, “99ers”, “Salman Alfarisi full day school”, “Itb”, “Kedokteran Unpad”, “Kedokteran Usakti”, “Oakley”, “Aloysius”, “Starbucks”, “Mcdonald”, “Pizza Hut”, “Proxy”, “Oh la la”, “Brotherhood bikers club”, “TBI”, “EF”, “Acer”, “Electronic Solution”, “Electronic City”, “Carefour”, “BIP”, “SBM ITB”, “Evil”, “Oual Research”, “EAT”, “Surfergirl” dan lain-lain.

Stiker-stiker tersebut biasanya ditempelkan pada bagian belakang mobil. Jika kita melihatnya sekilas di jalan, sekilas kita akan berpendapat bahwa si empunya mobil pernah mengunjungi tempat-tempat yang tertera dalam stiker tersebut, anggota klub atau korps tertentu, pengguna merk atau jasa tertentu, dan lain-lain. Stiker-stiker ini telah mengalami pergeseran fungsi dari yang semula. Stiker-stiker ini telah menjadi praktik kebahasaan yang sarat praktik identitas kelas.

Dalam penggunaannya, terdapat variasi logat bahasa, perbendaharaan kata dan sintaksis yang mencerminkan posisi hierarki sosial yang berbeda (Thompson, 2007). Setiap individu berbicara dengan tingkatan otoritas yang berbeda, bahwa kata-kata diisi dengan muatan yang tidak sama, bergantung pada siapa yang mengucapkan dan bagaimana ia diucapkan. Kata-kata, kalimat, uraian tertentu dalam keadaan (situasi maupun konteks) tertentu memiliki kekuatan dan kepastian yang tidak dimiliki di tempat lain.

Lihat saja stiker “Mekarsari Amazing Tourism Park”. Dengan menempelkan stiker tersebut di kaca mobil, si pemilik ingin menunjukkan bahwa ia (bersama keluarga) pernah mengunjungi tempat tersebut. Lebih jauh lagi, pesan yang disampaikan adalah bahwa ia “mampu” berwisata ke tempat tersebut. Dengan demikian, ia ingin menyampaikan bahwa dirinya berasal dari kelas sosial tertentu, yang mampu berwisata ke tempat tertentu, yang biasa untuk datang ke tempat-tempat tertentu.

Seluruh tindakan manusia terjadi dalam ranah sosial—yang merupakan arena bagi perjuangan sumber daya. Individu, institusi, dan agen lainnya mencoba membedakan dirinya dari yang lain dan mendapatkan modal yang berguna atau berharga di arena tersebut (Harker, *et. al.*, 2005:xi). Dengan demikian, identitas merupakan sesuatu yang penting dalam kehidupan sosial. Masyarakat urban sebagai pengguna stiker kota telah melakukan praktik sosial melalui penggunaan stiker di mobil yang mereka kendari.

Akan tetapi, praktik tersebut diselubungkan sedemikian rupa sehingga praktik tersebut dibuat seakan-akan alami, bukan hal yang dibuat atau diciptakan. Bourdieu berpendapat bahwa selera, sebuah perolehan ‘kompetensi kultural’ digunakan untuk melegitimasi perbedaan-perbedaan sosial. Habitus dari kelas dominan dapat dilihat dalam gagasan bahwa ‘selera’ merupakan anugerah dari alam. Selera berfungsi untuk membuat distingsi sosial (Harker, *et. Al.*, 2005: xi).

Praktik identitas kelas dalam stiker kota ini telah menjadi praktik yang sarat ideologi. Ideologi tidak

berhubungan dengan kelas tertentu, tetapi dengan ciri fundamental ‘pembagian sosial’ (Thompson, 2007: 47). Terdapat pembagian antara yang mendominasi dan yang didominasi, kelas atas dan kelas rendah, selera tinggi dan selera rendah.

Marx mengatakan bahwa suatu masyarakat tidak dapat eksis tanpa menempatkan representasi kelompoknya. Representasi kelompok dalam konteks relasi sosial yang terbatas dan berubah menyiratkan proyeksi suatu ‘imajinasi komunitas’ melalui perbedaan-perbedaan ‘riil’ yang digambarkan sebagai bersifat ‘alami’. Hal-hal yang partikular disembunyikan dalam hal yang universal, hal yang bersifat historis disamarkan dalam temporalitas pokok persoalan (Thompson, 2007: 47). Imajinasi sosial diekspresikan melalui pembentukan dunia makna. Melalui makna tersebut—simbol dan mitos tempat masyarakat menghadirkan masa kini dan masa lalunya—suatu masyarakat dibekali identitas dan dibedakan dari masyarakat yang lain. Melalui imajinasi sosial ini, kelompok masyarakat mengidentifikasi dirinya dari yang lain. Bahwa aku ini si kaya, si mampu, si selera tinggi, si gaya telah ditunjukkan masyarakat pengguna stiker melalui stiker kota yang digunakannya.

Penggunaan stiker kota ini menjadi bagian takterpisahkan dari pola hidup yang dijalankan penggunanya. “aku ada karena aku gaya”. Thompson (2007: 45) mengatakan bahwa tidak ada masyarakat yang dapat eksis tanpa mengorganisasi barang-barang yang diikuti berkembangnya para anggotanya. Hal ini tidak dilakukan secara teknis atau dilakukan berdasarkan aturan

hukum tertentu. Semuanya berjalan seakan-akan ‘alami’ walaupun sebenarnya dikonstruksi imajinasi sosial tertentu. Terdapat apa yang disebut variasi takterbatas, yaitu terbangunnya jarak kemungkinan yang tidak menentukan dan selalu melampaui kondisi material kehidupan manusia, yang menjadi domain imajinasi sosial.

Penggunaan stiker “Empire Ballroom”, “Amnesia”, “Fame Station”, “Black”, “Rase FM 102, 3 FM”, “Balcony”, “Fren”, “Fleksi”, “Aple”, “Blackberry”, “Macbook”, “Bt9 project”, “XI”, “Ciwalk”, “Bober”, “Oz fm”, “Ardan”, “99ers”, “Oakley”, “Starbucks”, “Mcdonald”, “Oh la la”, “Acer”, dan lain-lain telah melampaui kondisi material yang sebenarnya. Ia telah menjadi sesuatu yang besar yang berada dalam ruang imajinasi masyarakat penggunanya. Dengan menghadirkan stiker-stiker ini, ada distingsi sosial yang dihadirkan; bahwa aku (yang menggunakan stiker tertentu) berbeda dengan engkau (yang melihat/membaca stiker tersebut); bahwa aku adalah pemilik ranah tertentu, aku pengguna barang-barang berkualitas tinggi; aku pemilik selera tinggi, dan lain-lain.

Dalam wacana, ideologi mencapai materialitas nyata dalam ‘tanda linguistik’ (Demirovic dalam Titscher, 2009: 237). Stiker kota menjadi semacam ideologi itu sendiri. Ia tidak hanya menyampaikan ideologi melalui tanda-tanda linguistik yang ada, melainkan mewujudkan sedemikian rupa sebagai pemvisualan ideologi.

Pekerjaan mengonstruksi berbagai pandangan dan pembagian kelas dalam dunia sosial, mensyaratkan sejenis modal tertentu (bagi sebagian orang) yang bekerja secara efektif dalam

mekanisme pendelegasian dan pencabutan hak milik. Hasil dari mekanisme ini adalah apa yang disebut Bourdieu sebagai kekerasan simbolik, sebab mereka yang tidak memiliki ‘sarana untuk bicara’, atau yang tidak tahu bagaimana ‘maju ke mimbar pidato’, hanya dapat melihat dirinya di dalam kata-kata atau wacana orang lain—yakni orang-orang yang mempunyai otoritas legitimit dan yang dapat memberi nama serta menjadi wakil. (Harker, 2005: 18)

Terdapat dua sistem hierarkis yang berbeda, yaitu ekonomi dan budaya (Harker, *et. Al.* 2005: xii). Pada sistem ekonomi, posisi dan kuasa ditentukan oleh uang dan harta—modal yang dimiliki seseorang. Sementara itu, dalam sistem budaya, status seseorang ditentukan oleh seberapa banyak ‘modal simbolik’ atau modal budaya yang ia miliki. Budaya merupakan sumber dominasi, di mana para intelektual memegang peranan kunci sebagai spesialis produksi budaya dan pencipta kuasa simbolik.

Penggunaan stiker kota ini telah menjadi semacam konkretisasi modal ekonomi dan budaya seseorang. Si pengguna stiker ingin menyampaikan bahwa ia memiliki modal ekonomi dan modal budaya yang mumpuni, dan menyampaikannya secara simbolik dalam tanda linguistik. Tanda linguistik ini telah menjadi media efektif dalam menunjukkan kelas (modal) seseorang. Tanda linguistik ini menjadi identitas yang melampaui aspek material lainnya. Hal ini selanjutnya tidak berhenti sampai di sana. Ada banyak implikasi yang dihasilkan dari praktik ini. Masyarakat pengguna stiker—dengan menggunakan stiker kota—sesungguhnya tengah

memaksakan selera mereka kepada masyarakat lainnya. Di sinilah kekerasan simbolik secara nyata hadir. Masyarakat pengguna stiker kota menyuguhkan pemandangan gengsi sebuah kelas sosial ke masyarakat dari kelas lainnya.

Dengan menyuguhkan semacam ‘gengsi’ atas sebuah selera kelas, sesungguhnya pengguna stiker kota ini tengah menularkan pandangan itu kepada masyarakat lainnya. Dengan demikian, selera yang tadinya hanya dimiliki orang-orang tertentu, selanjutnya menyebar ke masyarakat lain. Masyarakat lain yang melihat ada gengsi yang ditawarkan oleh sebuah praktik, selanjutnya berusaha untuk menjadi ‘konsumen’ berikutnya; pemilik selera tersebut.

Masyarakat akhirnya menjadi konsumtif karena berusaha mengejar gaya hidup yang dipancarkan melalui tanda-tanda linguistik dalam stiker kota. Ketika selera ini menjadi selera masyarakat umum, hal ini selanjutnya menjadi sesuatu yang seakan-akan ‘alami’. Hal yang sebenarnya dikonstruksi ini menjadi sesuatu yang berjalan wajar dan terjadi secara alamiah. Stiker kota, melalui tanda-tanda linguistiknya, pada akhirnya menjadi puncak materialitas nyata ideologi.

### **3. Penutup**

Stiker kota kini telah bergeser fungsi. Jika pada awalnya ia hanya berfungsi sebagai hiasan dan kini berfungsi menjadi penunjuk identitas kelas. Dengan menggunakan stiker, para pengguna stiker tersebut berusaha menunjukkan bahwa mereka berasal dari kelas tertentu, kelompok tertentu,

dengan selera tertentu, dengan kemampuan tertentu. Stiker kota telah menjadi konkretisasi ideologi. Aspek kebahasaan di dalam stiker kota kini telah mewujudkan ideologi ke dalam aspek visual. Hal ini sebagaimana disampaikan Demirovis bahwa dalam wacana, ideologi mencapai materialitas nyata dalam ‘tanda linguistik’ (Titscher, 2009).

Stiker kota kini telah melampaui fungsi awalnya. Ia telah menjadi penunjuk eksistensi kelas masyarakat tertentu. Aku ada karena aku gaya. Aku ada karena aku kaya. Demikianlah, bahwa stiker kota kini telah menunjukkan identitas kelas masyarakat tertentu.

### **3. Daftar Pustaka**

- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Benteng Pustaka.
- Cavallaro, Dani. 2004. *Critical and Cultural Theory: Teori Kritis dan Teori Budaya*. Yogyakarta: Niagara.
- Foucault, Michael. 2007. *Order of Thing: Arkeologi Ilmu-Ilmu Kemanusiaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fairclough, Norman. 2003. *Analysing Discourse Textual Analysis for Sosial Research*. London & New York: Routledge.
- Halliday, M.A.K., Ruqaiya Hasan. 1992. *Bahasa, Konteks, dan Teks*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Harker, et. al. (ed.). 2005. *(Habitus x modal)+ Ranah= Praktik: Pengantar Paling*

- Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Imran, Ahda. "Panorama Stiker Kota"  
<http://newspaper.pikiran-rakyat.com/prprint.php?mib=beta&id=62935>
- Piliang, Yasraf Amir. 2005.  
*Transpolitika: Dinamika Politik di dalam Era Virtualitas*. Yogyakarta: Jalasutra
- Thompson, John B. 2007. *Analisis Ideologi: Kritik Wacana Ideologi-Ideologi Dunia*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Titscher, Stefan, et al. 2009. *Metode Analisis Teks dan Wacana*. Editor Prof. Abdul Syukur Ibrahim. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.