

BAB II

PROPAGANDA DAN PUNK

Dalam bab pendahuluan telah dikatakan bahwa pemaparan lebih lanjut mengenai propaganda akan dijelaskan dalam bab selanjutnya. Dalam bab ini, propaganda dan beragam tekniknya dipaparkan dengan tujuan memperjelas teori propaganda yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, pembahasan punk dan pemikirannya juga dijelaskan dalam bab ini guna mempermudah pemahaman dalam menganalisis lirik lagu yang diteliti.

2.1 Pengertian Propaganda

Kata *propaganda* berasal dari bahasa Latin *propagare* yang berarti ‘perluasan’; ‘penyebarluasan’; ‘pengembangan’; atau ‘pemekaran’. Kata tersebut semula mengacu pada sebuah lembaga yang didirikan pada tahun 1622 oleh Gereja Katolik Roma (waktu itu dipimpin oleh Paus Gregorius XV) yang tugasnya, antara lain, menyebarluaskan agama Katolik ke luar negeri (Sastropetro, 1983:16).

Harry Shaw yang pendapatnya dikutip oleh Sunu Wasono (2007:54) menyatakan bahwa propaganda merupakan informasi, ide-ide, atau gosip yang disebarluaskan untuk mendukung atau menghancurkan seseorang, kelompok, gerakan, keyakinan, lembaga, atau bangsa. Dari batasan yang dibuatnya tersebut, dapat diartikan bahwa masalah propaganda tidak hanya menyangkut masalah keagamaan, tetapi dapat juga berkaitan dengan hal-hal lain.

Harold D. Lasswell (dalam Kuswandi, 1996:76), salah seorang tokoh ilmu komunikasi (1884), mendefinisikan propaganda sebagai teknik untuk mempengaruhi perilaku manusia dengan memanipulasi representasi (wakilan). Representasi tersebut dapat berbentuk percakapan, tulisan, gambar, atau musik.

R.A. Santoso Sastropetro mendefinisikan propaganda sebagai suatu penyebaran pesan yang terlebih dahulu telah direncanakan secara saksama untuk mengubah sikap, pandangan, pendapat, dan tingkah laku dari penerima (komunikan) sesuai dengan pola yang telah ditetapkan oleh komunikator (Sastropetro, 1983:34). Dari definisi propaganda tersebut Sastropetro

berpendapat setidaknya ada tujuh elemen yang ada dalam sebuah propaganda. Elemen-elemen tersebut, adalah (1) adanya komunikator yang menyampaikan informasi atau pesan dengan isi dan tujuan tertentu; (2) adanya komunikan atau orang yang menerima informasi yang diharapkan menerima pesan dan selanjutnya melakukan sesuatu sesuai pola yang ditentukan oleh komunikator; (3) adanya kebijaksanaan atau politik propaganda yang menentukan isi dan tujuan yang hendak dicapai; (4) adanya pesan tertentu yang telah dirumuskan untuk mencapai tujuan secara efektif; (5) adanya sarana atau medium; (6) adanya teknik yang selektif; dan (7) adanya kondisi dan situasi yang memungkinkan dilakukannya propaganda (Sastropetro, 1983:35-36).

Propaganda, sebagai sebuah bentuk komunikasi massa memperlihatkan ciri tidak adanya hubungan interaktif antara komunikator dan komunikan. Hubungan mereka sering impersonal, bahkan mungkin sekali bersifat nonformal dan kalkulatif, dalam pengertian bahwa pengirim pesan (propagandis) tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi terhadap individu atas pesan yang disampaikan (Wasono, 2007:61). Tidak adanya tanggung jawab propagandis atas hal yang disampaikan terhadap komunikan, memberi kebebasan kepada komunikan untuk sepakat atau tidak sepakat terhadap hal yang dikemukakan propagandis.

Wasono berpendapat, jika masalah atau ide yang dipropagandakan sudah tidak relevan dan tidak aktual lagi, daya tarik sebuah propaganda akan menghilang (2007:61). Di dalam lirik lagu Marjinal, muatan lirik atau hal yang dipropagandakan biasanya terkait dengan kondisi sosial masyarakat di saat lirik tersebut tercipta walaupun tidak sedikit pula lirik yang membicarakan masa lalu. Akan tetapi, biasanya masa lalu yang terkandung dalam sebuah lirik dikaitkan pula dengan kondisi masyarakat saat ini.

Duyker juga berpendapat bahwa propagandis menggunakan bahasa yang sangat ekspresif dan emosional, selain menggunakan berbagai simbol/lambang lain yang semuanya dapat menggerakkan perasaan orang yang menjadi objek propaganda. Dengan cara yang demikian, propagandis berusaha “menembus” dan “menggerakkan pikiran” manusia yang seringkali terletak di bidang irasionalnya

(Sastropetro, 1983:17). Melalui lirik lagu yang dibuatnya, Marjinal dapat dianggap telah menggunakan bahasa yang ekspresif dan emosional.

Propaganda yang dilakukan Marjinal melalui lirik lagunya dapat disebut sebagai *propaganda songs*. Menurut R. Sergedenisoff (dalam Sastropetro, 1983:48-49) yang dimaksud dengan *propaganda songs* atau nyanyian propaganda adalah nyanyian yang memiliki tiga unsur dan sifat, yaitu yang memotivasi timbulnya suatu kesadaran rasional serta identifikasi terhadap kelompok tertentu, kesadaran terhadap suatu kepentingan atau penolakan terhadap suatu hal tertentu yang berkaitan dengan kelompok, serta kesadaran dan kesiapan untuk menggunakan sarana secara kolektif untuk kepentingan politik dan kepentingan lain.

Berdasarkan unsur-unsur yang terdapat di dalam sebuah nyanyian propaganda, lirik lagu Marjinal memenuhi ketiga unsur tersebut. Terpenuhinya ketiga unsur tersebut tampak dari makna yang terkandung dalam lirik yang mereka sampaikan serta penggunaan bahasa yang sederhana dan lugas.

2.2 Teknik Propaganda

Propaganda adalah sebuah bentuk komunikasi massa. Artinya, agar pesan dalam komunikasi tersebut tepat sasaran, propagandis harus mempunyai cara atau teknik untuk melakukan propaganda. Propaganda dapat dilakukan dengan berbagai cara. Cross (dalam Wasono, 2007:64) dan Nurudin (2001:32-34) menyebutkan beberapa teknik propaganda yang biasa digunakan dalam suatu komunikasi. Perbandingan teknik yang mereka paparkan dapat dilihat dari tabel berikut.

No	Teknik Propaganda Nurudin	Teknik Propaganda Cross
1	<i>Name calling</i>	<i>Name calling</i>
2	<i>Glittering generalities</i>	<i>Glittering generalities</i>
3	<i>Transfer</i>	<i>Transfer</i>
4	<i>Testimonials</i>	<i>Testimonials</i>
5	<i>Plain folk</i>	<i>Plain folk</i>
6	<i>Card stacking</i>	<i>Card stacking</i>

7	<i>Bandwagon technique</i>	<i>Bandwagon technique</i>
8	<i>Reputable mounthpiece</i>	<i>Argumentum ad populum</i>
9	<i>Using all forms of persuasions</i>	<i>Argumentum ad bominem</i>
10	-	<i>Faulty cause and effect</i>
11	-	<i>False analogy</i>
12	-	<i>Begging the question</i>
13	-	<i>The two extremes fallacy/ false dilemma</i>

Teknik propaganda yang dipaparkan oleh kedua orang tersebut dari teknik pertama hingga ketujuh, memiliki pengertian dan konsep yang sama. Sebenarnya, teknik propaganda yang dikemukakan oleh Nurudin tersebut mengandung tujuh teknik propaganda yang dikemukakan oleh Institute of Propaganda Analysis (IOPA) sebuah lembaga penelitian nonprofit yang didirikan oleh Yale University di Amerika Serikat. Tujuh teknik propaganda tersebut adalah *name calling*, *glittering generalities*, *testimonials*, *transfer*, *plain folk*, *card stacking*, dan *bandwagon technique* (Sastropetro, 1983:153). Teknik propaganda *reputable mouthpiece* yang dikemukakan oleh Nurudin merupakan salah satu teknik propaganda yang dikemukakan oleh Emory S. Bogardus dan teknik propaganda *using all forms of persuasions* merupakan uraian Lawrence W. Doob (Sastropetro, 1983:134—140). Saya memilih menggunakan teori Nurudin karena teori tersebut lebih umum dan lebih memudahkan saya dalam mengklasifikasikan data yang akan dianalisis. Berikut ini adalah penjelasan sembilan teknik propaganda yang diungkapkan Nurudin.

1) *Name calling* (umpatan)

Name calling diartikan oleh Wasono (2007:65) sebagai teknik umpatan. Teknik ini merupakan teknik propaganda dengan memberikan sebuah ide atau label yang buruk. Tujuannya adalah agar orang menolak dan menyangsikan ide tertentu tanpa mengoreksinya/memeriksanya terlebih dahulu. Salah satu ciri yang melekat pada teknik ini adalah propagandis menggunakan sebutan-sebutan yang buruk atau sesuatu yang berkonotasi negatif terhadap lawan yang dituju (Nurudin, 2001:30). Jadi, dengan ciri tersebut tidak harus suatu pernyataan mengandung

suatu umpatan terlebih dahulu hingga pernyataan tersebut dapat dianggap menggunakan teknik propaganda umpatan. Akan tetapi, suatu pernyataan sudah dapat dianggap menggunakan teknik propaganda umpatan jika mengandung unsur menyerang lawan yang menggunakan sebutan-sebutan yang berkonotasi negatif. Cara tersebut digunakan dengan tujuan menjatuhkan atau menurunkan derajat seseorang, kelompok, atau gagasan tertentu. Ada banyak contoh penggunaan teknik ini dalam kehidupan sehari-hari. Ungkapan seperti “dasar batu”, “dasar otak udang”, atau “anak mami”, merupakan contoh penggunaan teknik propaganda ini.

2) *Glittering generalities* (sebutan yang muluk-muluk)

Glittering generalities oleh Wasono (2007:66) diterjemahkan sebagai sebutan yang muluk-muluk. Menurut Nurudin, teknik propaganda sebutan yang muluk-muluk ini adalah suatu teknik propaganda dengan mengasosiasikan sesuatu dengan suatu “kata bijak” yang digunakan untuk membuat kita menerima dan menyetujui hal itu tanpa memeriksanya terlebih dahulu. Jika dibandingkan dengan teknik umpatan yang menggunakan kata-kata yang kasar dan berkonotasi negatif, dalam teknik ini menggunakan kata-kata sanjungan, kata yang muluk-muluk, atau kata yang berkonotasi positif. Teknik ini dimunculkan untuk mempengaruhi persepsi masyarakat agar mereka ikut mendukung gagasan propagandis (Nurudin, 2001:31). Menurut Wasono (2007:67), selain menggunakan kata yang muluk-muluk, teknik ini juga dapat menggunakan kata-kata “biasa” yang menyiratkan kehebatan.

Contoh penggunaan teknik ini seperti terdapat dalam jargon yang sering disisipkan dalam sebuah retorika politik, “demi tegaknya persatuan dan kesatuan”, dan “demi kejayaan bangsa”. Selain itu, pola asosiasi juga menjadi ciri penggunaan teknik ini, seperti slogan “sejernih akal sehat (Filma)” dan “kualitas emas (Kunci Mas)”.

3) *Transfer* (meminjam ketenaran)

Teknik *transfer* diartikan sebagai teknik meminjam ketenaran (Wasono, 2007:74). Teknik ini meliputi kekuasaan, sanksi, dan pengaruh sesuatu yang lebih dihormati serta lebih dipuja dari hal lain agar membuat sesuatu lebih bisa diterima oleh komunikan. Teknik propaganda transfer dapat menggunakan pengaruh seseorang atau tokoh yang paling dikagumi dan berwibawa dalam suatu lingkungan. Propagandis dalam hal ini mempunyai maksud agar komunikan terpengaruh secara psikologis terhadap hal yang sedang dipropagandakan (Nurudin, 2001:32). Penggunaan artis yang cantik untuk mengiklankan suatu produk kosmetik tertentu merupakan salah satu contoh penggunaan teknik ini.

Selain menggunakan pengaruh seorang tokoh, teknik ini juga bisa menggunakan cara simbolik, contohnya, penggunaan *kafeyah* yang dikalungkan di leher beberapa orang personil *band* saat menyanyikan lagu religi—biasanya bernapaskan Islam. Walaupun kostum mereka yang lain—biasanya hanya mengenakan kaos oblong dan celana *jeans*—tidak mendukung sepenuhnya untuk menunjukkan identitas mereka sebagai penganut agama Islam. Namun, dengan mengenakan *kafeyah*, dianggap sudah cukup untuk menunjukkan identitas mereka. Di sisi lain, *kafeyah* tersebut memiliki fungsi dalam *fashion style*.

4) *Testimonials* (pemberian kesaksian)

Testimonials merupakan propaganda yang berisi perkataan orang yang dihormati atau dibenci bahwa ide atau program atau suatu produk adalah baik atau buruk (Nurudin, 2001:32). Dengan kata lain, teknik ini diartikan oleh Wasono sebagai pemberian kesaksian (Wasono, 2007:85). Teknik propaganda ini sering digunakan dalam kegiatan komersial, tetapi dapat juga digunakan untuk kegiatan politik.

Dalam kegiatan politik, salah satu contohnya dapat dilihat dalam kampanye Pemilu. Banyak artis yang sebelumnya tidak menjadi anggota partai tertentu, tetapi menjelang Pemilu mereka menjadi anggota suatu partai sekaligus menjadi juru kampanye partai tersebut. Dalam kampanyenya, artis tersebut biasanya akan mengatakan bahwa dia memilih Partai X karena sejalan dengan visi dan misi yang dia miliki. Selain itu, Partai X juga dapat memahami penderitaan rakyat dan akan membuat rakyat lebih sejahtera kehidupannya.

5) *Plain folk* (identifikasi terhadap suatu ide)

Plain folk adalah propaganda dengan menggunakan cara memberi identifikasi terhadap suatu ide. Teknik ini mengidentikkan yang dipropagandakan milik atau mengabdikan pada komunikan (Nurudin, 2001:33). Sifat merakyat sering dimunculkan dalam propaganda ini. Wasono mengartikan teknik ini “pura-pura orang kecil” (Wasono, 2007:69), karena saat menggunakan teknik ini propagandis mengidentifikasikan dirinya sebagai rakyat dengan cara menempatkan dirinya seolah-olah seperti rakyat juga.

Contoh penggunaan teknik ini adalah pada saat berkampanye, seorang calon presiden tiba-tiba datang ke pasar tradisional; bergaul dan bersosialisasi dengan masyarakat yang ada di pasar; hingga berbelanja di pasar. Padahal, sebelumnya calon presiden tersebut tidak pernah mendatangi/berkunjung ke pasar tradisional.

6) *Card stacking* (menonjolkan hal-hal baik)

Sastropetro mengartikan *card stacking* sebagai propaganda dengan menonjolkan hal-hal baik dari sesuatu (Sastropetro, 1983:155). *Card stacking* atau diartikan oleh Wasono sebagai penumpukkan fakta yang mendukung (Wasono, 2007:84), meliputi seleksi dan kegunaan fakta atau kepalsuan, ilustrasi atau kebingungan, dan masuk akal atau tidak masuk akal suatu pernyataan agar memberikan kemungkinan terburuk atau terbaik untuk suatu gagasan, program, manusia, dan barang. Teknik ini hanya menonjolkan hal-hal atau segi baiknya saja sehingga publik hanya melihat satu sisi saja (Nurudin, 2001:34).

Contoh penggunaan teknik ini adalah iklan penggunaan kondom. Dalam berbagai iklan kondom tersebut, seringkali muncul pernyataan “seks aman dengan kondom”. Di satu sisi, penggunaan kondom mungkin dapat “mengamankan” pelaku seks tersebut dari penyakit kelamin atau HIV AIDS. Di sisi lain, maraknya iklan penggunaan kondom tersebut tentu akan mendorong orang untuk melakukan seks bebas atau seks pranikah. Maraknya seks bebas atau seks pranikah tersebut tentu menyebabkan munculnya masalah lain.

7) *Bandwagon technique* (teknik ikut-ikutan)

Teknik ini dilakukan dengan menggembar-gemborkan sukses yang dicapai oleh seseorang, suatu lembaga, atau organisasi. Teknik ini merupakan teknik propaganda yang mendorong kita untuk mendukung suatu tindakan/pendapat karena hal tersebut populer atau dengan kata lain banyak atau bahkan hampir semua orang melakukannya (Nurudin, 2001:34). Dari pengertian tersebut, Wasono mengartikan teknik ini sebagai teknik ikut-ikutan (2007:76).

Melalui teknik ini, pikiran atau cita rasa kita diarahkan untuk mengikuti orang kebanyakan. Contoh penggunaan teknik ini adalah slogan dalam iklan Pepsi, “Inilah generasi Pepsi”. Slogan tersebut seolah memberi kesan bahwa seluruh generasi meminum produk Pepsi. Bagi mereka yang tidak meminum Pepsi, berarti berada di luar “generasi Pepsi”, berbeda dengan orang kebanyakan.

8) *Reputable mouthpiece* (sanjungan yang tidak sesuai fakta)

Reputable mouthpiece merupakan teknik yang dilakukan dengan mengemukakan sesuatu yang tidak sesuai kenyataan. Teknik ini biasanya digunakan oleh seseorang yang menyanjung pemimpin, akan tetapi tidak tulus (Nurudin, 2001: 34). Nurudin mencontohkan pengangkatan Bung Karno sebagai *waliyul amri* dan panglima besar revolusi. Teknik ini dilakukan karena ada ambisi seseorang atau sekelompok orang yang ingin “aman” dalam suatu kedudukan, posisi, atau jabatan—terkait dengan kekuasaan.

9) *Using all forms of persuasion* (penggunaan semua bentuk persuasi)

Using all forms of persuasion dapat diartikan sebagai teknik yang menggunakan semua bentuk persuasi. Teknik ini merupakan teknik propaganda yang digunakan untuk membujuk orang lain dengan rayuan, imbauan, dan iming-iming. Teknik propaganda ini sering digunakan dalam kampanye Pemilu (Nurudin, 2001:34). Contoh penggunaan teknik ini, misalnya sebuah partai politik yang menjanjikan biaya berobat di rumah sakit digratiskan jika partainya menang. Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan simpati masyarakat.

Menurut Duyker, dalam berpropaganda, propagandis kadang-kadang akan melakukan tindakan *beloven* (memberikan janji-janji), *voorspiegelen*

(menggambarkan/membayangkan), *insinueren* (menyindir-nyindir), serta *appeleren aan emoties en interessen* (mengimbau kepada emosi dan perhatian). Semua tindakan tersebut diulang-ulang sehingga orang yang dipropagandakan akan tergerak dengan keinginannya sendiri untuk melakukan sesuatu yang menyebabkannya bertingkah laku sesuai dengan pola yang ditentukan oleh si propagandis (dalam Sastropetro, 1983:17). Dalam kaitannya dengan telaah ini, Marjinal sebagai propagandis dapat dianggap telah melakukan *beloven*, *voorspiegelen*, *insinueren*, dan *appeleren aan emoties en interessen*.

Tindakan *beloven* dalam lirik lagu Marjinal dapat ditemukan dalam teknik propaganda *using all forms of persuasion* karena dalam teknik tersebut terkandung unsur iming-iming atau janji. Sementara itu, tindakan *voorspiegelen* terdapat dalam teknik propaganda *testimonials*, yang memberikan gambaran atau kesaksian tentang suatu keadaan. Lain halnya tindakan *insinueren* yang amat jelas terkandung dalam teknik propaganda *name calling* yang mengumpat ataupun menyindir sesuatu. Kemudian, untuk tindakan *appeleren aan emoties en interessen*, sebagai tindakan yang mengimbau dan meminta perhatian dapat juga ditemukan pada teknik propaganda *using all forms of persuasion* dan *name calling*.

Suatu propaganda dapat saja menggunakan beberapa teknik di atas dalam satu kesatuan. Demikian pula halnya dengan propaganda yang terdapat di dalam suatu lirik lagu. Untuk menunjukkan suatu lirik lagu yang saya analisis, menggunakan teknik propaganda apa dan bagaimana penyampaiannya, unsur-unsur yang terkandung dalam sebuah karya sastra, terutama puisi, amat saya perhatikan dengan mengaitkannya dengan unsur ekstrinsik sastra.

2.3 Pengertian dan Pemikiran Punk

Craig O'Hara (1999:41), dalam bukunya *Philosophy of Punk*, menyebutkan tiga definisi punk. Pertama, punk sebagai tren remaja dalam *fashion* dan musik. Kedua, punk sebagai keberanian memberontak dan melakukan perubahan. Terakhir, punk sebagai bentuk perlawanan yang “hebat” karena menciptakan musik, gaya hidup, komunitas, dan kebudayaan sendiri.

So what is punk? The following three definitions of punk must be mentioned, as they are all relevant opinions are all true:

Punk is a youth trend. "I'll tell you what punk is a bunch of kids with funny haircuts talking pseudo-political bullshit and spouting liberal philosophies they know little or nothing about" (Russell Ward, letter in MRR # 103, Dec. 1991).

Punk is gut rebellion and change. "Hardcore: a bleached-blond defiant sixteen year old living alone in a downtown hotel; sleazy but on her own. Hardcore: the S.S.I. recipient being paid off by the government to stay out of trouble and renting a rehearsal studio with his monthly check. Hardcore: the corporate flunky who quits his job to manage a band of ached adolescents" (Peter Belsito and Bob Davis, Hardcore California, Last Gasp Publishing, San Francisco, 1984, 7).

Punk is formidable voice of opposition. "We have created our own music, our own lifestyle, our own community, and our own culture... We are building a movement based on love, taking action in hope that someday peace may finally be achieved. We may stumble in our efforts, but we still struggle to carry on. Freedom is something we can create every day it is up to all of us to make it happen" (Profane Existence # 4, June, 1990).

Dari ketiga pendapat mengenai punk tersebut, O'Hara berpendapat bahwa definisi yang ketiga lebih tepat untuk mendefinisikan punk. Definisi yang pertama sering diperlihatkan melalui media. Sayangnya, definisi yang pertama tersebut, yang paling kurang tepat untuk mendefinisikan punk, justru yang paling populer di kalangan masyarakat untuk menggambarkan kaum punk.

While the third serves as the ideal to the other two, the first is the one most commonly presented in the media. As will be shown, this is the least accurate but the most popular image of punk (O'Hara, 1999:41).

Jika kita menilik definisi punk yang ketiga, keberanian punk untuk melakukan perlawanan yang "hebat" salah satunya dapat kita cermati dari lirik musik mereka. Melalui lirik tersebut, mereka dapat mentransfer ideologi atau pemikiran yang mereka miliki atau dengan kata lain propaganda melalui lirik lagu.

Punk, sebagai sebuah bentuk kebudayaan yang saat ini berkembang di Indonesia, keberadaannya seolah termarjinalkan atau terasing dari masyarakat. Keterasingan tersebut terjadi karena mereka memang dijauhi atau dipinggirkan oleh masyarakat ataupun karena kaum punk itu sendiri yang sengaja memisahkan

diri dari masyarakat. Keterasingan mereka dari masyarakat tersebut justru membuat mereka menjadi seseorang yang dapat berpikir kritis sekaligus menjadi penentang terhadap sesuatu, seseorang, ataupun instansi yang dianggap tidak berpihak atau tidak sesuai dengan pemikiran mereka. Mereka lebih sering memposisikan diri sebagai bagian dari rakyat kecil sekaligus menjadi pendukung rakyat kecil. Respon mereka tersebut sebenarnya muncul akibat perlakuan dari suatu sistem kekuasaan yang dianggap seringkali menyusahkan atau merugikan rakyat kecil.

Di setiap tempat, sepak terjang kaum punk mampu menjelma menjadi sebuah gaya hidup yang konsisten melawan pemaksaan ide maupun budaya oleh para kapitalis maupun negara. Dalam skala negara, punk mengusung ide anarkisme. Menurut para pencetusnya, seperti William Godwin, Pierre-Joseph Proudhon, dan Mikhail A. Bakunin, anarkisme adalah sebuah ideologi yang menghendaki terbentuknya masyarakat tanpa negara (Hafidz, 2007:halaman *website*).

Kata *anarchie* dalam kamus bahasa Belanda diartikan sebagai keadaan vakum atau hampa pemerintahan; vakum atau hampa hukum; kekacauan. *Anarchies'me* diartikan sebagai prinsip memberontak terhadap kekuasaan atau pemerintahan (Wojowasito, 2001:856). Sebenarnya, kata *anarki* sendiri berasal dari bahasa Yunani kuno *anarkos* yang tersusun dari kata *a* yang berarti tidak dan *narkos* yang berarti pemimpin atau ketua. *Anarkisme* berarti tidak adanya pemimpin; tidak adanya pemerintahan. Secara etimologi anarki dapat diartikan sebagai penolakan terhadap kebutuhan akan otoritas tersentral atau negara tunggal (Sheehan, 2007:23).

Anarkisme menghendaki tatanan sosial yang tidak seorang pun bisa menindas atau mengeksploitasi orang lain; sebuah tatanan agar setiap orang dapat mempunyai kesempatan yang setara untuk mencapai perkembangan material dan moralnya secara maksimal (Anarch[oi], 2006:halaman *website*).

Kaum punk menganggap anarkisme diperlukan sebagai alternatif atas sistem yang ada di dunia ini dan terus bergerak untuk melanjutkan revolusi. Sistem pemerintahan yang ada saat ini telah menindas dan mengeksploitasi rakyat yang hidup di bawah pemerintahan tersebut.

Punks have turned to anarchism as an alternative to the world's existing systems and the continual cycle of oppression each revolution brings. The nature of governments (and hierarchies in general) involves oppression and exploitation of the people living under it (or affected by it) (O'Hara, 1999:72).

Selain itu, kapitalisme juga menjadi salah satu target atau sasaran dari politik punk. Kapitalisme menurut Simon Tormey setidaknya mengandung ciri-ciri kepemilikan pribadi atas alat-alat produksi seperti tanah, pabrik, dan bisnis; tenaga kerja yang digaji dengan sistem upahan, atau sering disebut sebagai “buruh upahan”; dan produksi barang atau usaha menawarkan jasa untuk mendapatkan laba melalui sistem pertukaran pasar (Tormey, 2004:3). Di samping itu, kapitalisme menurut pandangan kaum punk telah membuat banyak orang kehilangan tempat tinggalnya, diklasifikasikan status sosialnya, serta dieksploitasi tenaga kerjanya.

The punk movement was originally formed in nation holding capitalist, pseudo-democratic policies. Because of this, capitalism and its problems became the first target of political punks. Homelessness, classism, and work place exploitation seem to be some of the results of a system built on greed (O' Hara, 1999:74).

Pemikiran punk yang lain adalah tidak menyetujui suatu bentuk sistem dan tidak menganggap punk sebagai sebuah sistem. Mereka menganggap bahwa punk adalah sebuah bentuk budaya perlawanan yang terus bergerak untuk menghancurkan sistem yang mapan karena dianggap mengekang kebebasan seseorang. Sistem yang ditentang oleh mereka salah satunya adalah sistem pemerintahan.

...punk bukanlah sebuah sistem. Punk adalah sebuah budaya perlawanan pendobrak sistem dan akan tetap ada untuk menghancurkannya...

Kalian bebas berekspresi di sini (punk). Kalian bebas melakukan apa saja di sini. Kalian tidak perlu takut berekspresi, berteriak, mengeluarkan pendapat, kritikan, cacian, ataupun makian. Tapi hanya ada satu yang harus kalian berikan, yaitu dasar dari segala yang kalian lakukan. Bila tidak kalian tidak ubahnya seperti para polisi dan pamong praja, yang hanya bisa merazia para gelandangan, wanita malam, pedagang kali lima, dan orang-orang tidak bersalah lainnya. Kalau ditanya,

mereka menjawab sebagai “tugas”, “penertiban”. Hah?? Sangat mengherankan! Kenapa mereka tidak melakukan penertiban di kantor DPRD—yang jelas-jelas terdapat seribu satu macam penyelewengan hak-hak rakyat di dalamnya.

Hentikan omong kosong ini!

Tapi tentu kalian akan bertanya lagi: bagaimana jika punk sudah menjadi status quo yang mapan? Ya, dia akan terus menghancurkan walaupun itu dirinya sendiri...(Suara Samin, 2004:4).

Berdasarkan uraian di atas, setidaknya dapat dirumuskan beberapa hal yang ditonjolkan dari pemikiran kaum punk, yaitu tidak sepakat adanya berbagai bentuk sistem, antikapitalisme, serta menyetujui bentuk anarkisme. Berbagai bentuk sistem dan kapitalisme mereka anggap sebagai sebuah bentuk penindasan terhadap rakyat dan keberpihakan terhadap penguasa atau pemilik modal. Cara untuk menghancurkan hal tersebut adalah dengan revolusi yang dijalankan dengan anarkisme.

