

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian mengenai skena sebenarnya bukan penelitian yang baru, penelitian mengenai skena telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, tentunya dari setiap penelitian tersebut memiliki pokok kajian mengenai skena yang berbeda. Setiap penelitian memiliki ciri khas nya masing-masing seperti beberapa penelitian yang memfokuskan kajian skena dalam bidang musik (Wardhana, Prasetyo Restu 2023, Haryo Bagas Indrawan 2020, Rizky Ramandhika Putra, Irwansyah Irwansyah 2021, Gandamana, Surya 2021, Moch. Dimas Galuh Mahardika 2021) dimana karya tulis ini melakukan penelitian mengenai skena yang memfokuskan pada bidang musik. Penelitian ini tidak membahas skena secara keseluruhan namun hanya membahas bagaimana dinamika skena musik serta perkembangannya.

Disisi lain, penelitian skena hanya membahas dan mencoba melihat skena hanya melalui faktor fashion seperti (Dhimas Enggar Ramadhani, Dien Vidia Rosa 2023, Halimah Nur Churil Aini Meydina Tri Luvianasari, Maris Jennet Landicho, Selvia Deva Saputri 2024), melihat dari beberapa karya tulis tersebut ditemukan pembahasan fenomena skena dengan hanya melihat salah satu aspek yang termasuk dalam bagian dari fenomena skena tersebut yaitu fashion. Fashion sendiri menjadi salah satu aspek dalam fenomena skena namun dalam beberapa penelitian diatas belum ada peneliti yang mencoba melihat skena secara utuh, penelitian tersebut hanya melihat skena secara parsial sehingga dibutuhkan penelitian skena yang mampu melihat fenomena skena dari segala

aspek yang menyeluruh dan utuh atau holistik. digunakan oleh beberapa kelompok pelaku skena sebagai identitas mereka.

Penelitian skena juga telah banyak dilakukan di kota-kota besar seperti Bandung (Wardhana 2023, Simanjong 2021), Yogyakarta (Sutopo, Lukisworo 2023). Kota-kota tersebut merupakan kota besar yang tentunya memiliki perbedaan budaya serta kecenderungan perilaku dari penduduknya dimana telah memiliki pembagian kerja yang kompleks dan dapat dikatakan sebagai kota yang maju dengan melihat jenis pekerjaan yang bervariasi serta pergerakan budaya yang cukup dinamis, berbeda dengan Kota Padang dengan penduduk yang sifatnya homogen, Kota Padang belum dapat dikatakan sebagai kota yang maju secara keseluruhan karena saat ini Kota Padang masih dalam peralihan dari kota berkembang menuju kota maju, sehingga dibutuhkan penelitian yang mampu melihat perkembangan fenomena skena dengan kondisi kota yang belum maju dan masyarakat yang sifatnya homogen. Tentunya penelitian ini akan berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang melihat skena pada kota-kota yang dapat dikatakan telah maju.

Berdasarkan beberapa contoh literasi diatas maka diajukan penelitian ini karena dirasa kurangnya fokus kajian skena dalam lingkup musik dan fashion menjadi sebuah identitas para pelaku skena di kota padang. Penelitian ini akan melihat skena menggunakan pendekatan bagaimana individu memaknai budaya skena dan bagaimana cara mereka bertahan di tengah budaya dominan.

Budaya dominan di kota Padang bersifat homogen dengan mayoritas masyarakat beragama Muslim. Mengutip artikel “ Adat dan Agama, Dua Pilar

Minangkabau” oleh Andika Putra Wardana, dituliskan bahwa Minangkabau adalah suku yang terkenal karena sistem matrilinealnya. Namun, ada satu hal lain yang tak kalah penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Minangkabau, yaitu bagaimana adat istiadat mereka berpadu harmonis dengan ajaran agama Islam. Dua hal ini, adat dan agama, merupakan dasar yang membentuk identitas masyarakat Minang dan menjadi pilar dalam segala aspek kehidupan mereka. Dengan latar belakang budaya Minang tersebut, maka dapat dikatakan bahwa hanya ada sedikit ruang budaya yang berbeda untuk tumbuh, akan sulit bagi para kelompok budaya kontemporer atau *Sub Culture* untuk bertahan dan berkembang.

Pemahaman dari *Sub Culture* sendiri merupakan bagian dari Budaya Populer Budaya populer diartikan sebagai makna dan kebiasaan yang terbentuk oleh orang-orang yang menikmati hal-hal yang populer ketika mereka mengonsumsi dan memanfaatkan elemen-elemen budaya tersebut. Karakteristik budaya populer. Saat ini di Indonesia juga terjadi proses penyebaran budaya dari berbagai bangsa. Terlihat dari perilaku kaum muda saat ini yang mengadopsi budaya Barat dalam kehidupan sehari-hari, seperti gaya berbusana, preferensi makanan, dan gaya hidup yang lebih bebas. Anak-anak muda sering kali tergabung dalam kelompok-kelompok subkultural, terutama yang terfokus pada bidang seni musik. Seni musik menjadi salah satu wujud dari produk kebudayaan yang menjadi bagian dari identitas subkultural anak muda, membedakannya dari kelompok lain. Bahkan, pengaruh seni juga dapat mengubah pandangan hidup manusia. Whannel, seperti yang dijelaskan dalam

Komalasari (2003:21), menyatakan bahwa salah satu media yang berperan dalam pembentukan identitas individu adalah musik. Musik bukan hanya merupakan alat komunikasi, tetapi juga memiliki peran dan makna di dalamnya, bahkan telah menjadi gaya hidup dan ideologi. Selain musik, ada pula gagasan-gagasan lain yang turut berperan dalam membentuk gaya hidup manusia, yang pada akhirnya menciptakan budaya-budaya kontemporer yang ditemui di masyarakat saat ini.

Salah satu trend terkini yang tengah populer adalah masuknya budaya *Skena* yang menarik perhatian banyak orang, terutama kalangan *Gen Z* yang gemar dengan budaya *Skena* ini mengekspresikan minat mereka melalui berbagai bentuk perilaku, dan mereka berinteraksi dengan sesama remaja yang juga menyukai budaya *Skena* tersebut. *Skena* sendiri memiliki kepanjangan dari Sua, Cengkrama, Kelana (Bertemu, Berbincang, dan Bepergian).

Salah satu *subculture* yang merebak di era kontemporer adalah skena. Istilah skena sudah tidak asing di telinga masyarakat budaya seperti di Indonesia, bahkan anak muda telah menggandrungi dalam aspek pakaian, musik, ideologi, serta gaya hidup lainnya. Alasan mengapa *Gen Z* tertarik akan budaya ini adalah merupakan bentuk ekspresi sang pemilik generasi, bagaimana bentuk untuk menunjukkan idealitas dalam berbagai aspek kehidupan seperti "Kebebasan", kesenian, kemanusiaan, feminisme, kontradiksi sesama umat berbudaya, serta karena alasan *Fear of Missing Out* (FOMO), namun lain hal dalam konteks ini, tentu semua orang mempunyai hak yang sama untuk

mencicipi suatu budaya tanpa terikat norma formal yang ditetapkan segelintir orang.

Berdasarkan kutipan dari artikel *Kumparan* yang berjudul “Subculture Skena dalam Pergolakan Generasi Kontemporer”, dari pandangan masyarakat, tidak ada yang salah jika seseorang menggunakan *culture* skena, baik itu secara *fashion*, ideologi, dan lainnya. Selama mereka menjadi aktor dalam budaya tersebut tidak membuat kegaduhan, risih, namun di masa sekarang memperlakukan apa itu esensi skena, orang yang mengkritisi jika mendefinisikan skena dari cara berpakaian, serta tidak memahami *prehistoris* juga hakikat dari *subculture* skena. Era kontemporer seperti sekarang wujud fisik yang dibidang skena seperti yang digambarkan seperti baju band, rompi, celana cargo, dan menggunakan sepatu docmart. Premis-premis tersebut merupakan hal yang mendukung seorang atau kelompok dinyatakan di masa sekarang.

Pada di sisi lain ada pendapat bahwa skena sendiri tidak hanya tampilan dari pakaian yang digunakan, namun ada sebuah ideologi (gagasan), sikap objektif terhadap fenomena, bahkan karya yang dihasilkan, seperti skena punk yang memiliki ciri khas sendiri dimaknai sebagai bentuk kebersamaan, kemanusiaan, dan kebebasan. Sebegitu holistiknya pemaknaan dan praksisnya istilah skena, dan tidak bisa dilihat dari satu sudut pandang untuk memahaminya. Melihat *subculture* satu ini tidak bisa dengan kaca mata kuda, tak mana dapat menimbulkan disintegrasi dan egosentris yang lama kelamaan makin membesar.

Istilah *scene* dalam kajian budaya populer merujuk pada komunitas musik tertentu, seperti *punk*, *hardcore*, atau *hip hop*. Pada 1970–1980an di Inggris dan Amerika, istilah ini erat dengan *punk scene* maupun *club scene*, yakni komunitas anak muda yang membangun identitas alternatif melalui musik dan fashion. Secara akademis, Will Straw (1991) memperkenalkan konsep *music scenes* sebagai jaringan sosial yang dinamis lintas komunitas.

Di Indonesia, istilah “skena” mulai digunakan sejak 1990–2000an di kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya, terutama dalam komunitas musik indie atau underground. Bandung dikenal sebagai pusat *indie scene* melalui band seperti Pure Saturday, Mocca, dan The S.I.G.I.T., sementara Yogyakarta berkembang dengan skena hardcore/metal dan kolektif seni independen.

Memasuki 2010an, media sosial memperluas makna “skena” sehingga tidak lagi terbatas pada musik, tetapi juga mencakup thrift fashion, fotografi, skate/BMX, *coffee shop culture*, hingga konten kreatif digital. Skena kemudian menjadi wadah gaya hidup alternatif yang berbeda dari arus utama.

Pada era Gen Z (2020–sekarang), istilah ini semakin populer melalui TikTok dan Instagram. Identitas “anak skena” melekat pada anak muda yang aktif nongkrong di kafe, mendengarkan musik indie, menggunakan thrift style, dan mengikuti berbagai event komunitas. Di Padang, budaya skena mulai tumbuh sejak akhir 2010an melalui coffee shop, gigs kecil, dan brand lokal, serta berkembang menjadi ruang alternatif di luar aktivitas formal kampus

maupun adat. Skena Gen Z Padang kini bersifat cair, merangkul musik, fashion, tattoo culture, konten kreatif, hingga street coffee.

Skena dapat diartikan sebagai tongkrongan ataupun perkumpulan dari individu dengan latar belakang memiliki ketertarikan yang sama terhadap suatu hal seperti musik dan *fashion*. Dalam konteks ini, skena merujuk kepada perkumpulan orang yang memiliki minat terhadap hal yang sama, seperti musik, fashion, atau hobi. Dalam dunia musik, skena mengacu pada komunitas atau wadah untuk genre musik tertentu seperti pop, indie, metal, dan yang lainnya, sedangkan dalam konteks fashion, skena merujuk pada orang yang mengenakan pakaian berwarna cerah, kaos bergambar, dan berbagai macam celana dari celana beige hingga skinny jeans. Konten yang dimuat biasanya pun menyinggung seseorang apabila individu tersebut memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan sifat yang tidak mau direndahkan, maka dijuluki sebagai anak *Skena*.

Skena sendiri merupakan Bahasa Inggris yang di Indonesiakan dari kata *scene* menjadi skena. Melalui media sosial, skena telah dicampur dengan istilah-istilah dan salah satunya kalcer yang berawal dari kata *culture*. Skena sendiri merupakan cakupan bahasan *subculture* yang dimana para anggotanya ingin memiliki suatu hal yang beda dengan kelompok lainnya sebagai identitas mereka, pada umumnya identitas mereka ditunjukkan melalui genre musik yang mereka dengarkan, namun dengan adanya perkembangan melalui media sosial saat ini bukan hanya musik yang menjadi identitas dari kelompok *subculture*

tersebut melainkan adanya gaya berpakaian (*fashion*) atau preferensi berpakaian, dan tempat nongkrong

Penting untuk memahami bahwa konsep skena bersifat relatif dan kontekstual. Dengan kata lain, apa yang dianggap sebagai skena dapat bervariasi tergantung pada budaya, lingkungan, dan periode waktu tertentu. Sebagai contoh, skena di lingkungan kampus di Indonesia mungkin berbeda dengan skena di kota besar di negara lainnya. Maka dari itu, konsep skena cenderung fleksibel dan selalu berkembang seiring berjalannya waktu.

Seiring perubahan, pertumbuhan, transformasi, dan perkembangan yang terus berlanjut, Kota Padang juga ikut membentuk karakter masyarakatnya. Padang, sebagai pusat pendidikan dan berkembangnya berbagai sektor ekonomi, telah membawa dinamika yang beragam ke dalam kota. Hal ini menciptakan keragaman dalam masyarakat yang terdiri dari berbagai etnis. Model dan pola jejaring sosial ini berfungsi secara relevan, dan secara mendasar mengubah cara kerja kolektifitas dan maknanya dalam konteks lintas kota bagi ekosistem dan masyarakat yang mendukungnya dinamika kota dan skena musik di kota Padang.

Realita skena di Kota Padang saat ini tentunya berbeda seperti Kota-Kota metropolitan yang umumnya telah dijadikan sebagai lokasi penelitian dari beberapa penelitian terdahulu. Kota Padang merupakan Kota pendidikan dimana secara garis besar Kota ini belum seutuhnya menjadi Kota yang maju disisi lainnya Kota Padang dapat dikatakan sebagai Kota yang monoton karena mayoritas dari penduduknya berprofesi sebagai PNS (Pegawai Negeri Sipil),

pembagian jenis pekerjaan yang tidak terlalu kompleks dan aspek busaya keaslian yang masih kental, lalu muncul anak-anak gen z yang mengadopsi budaya populer dengan menggunakan gaya hidup skena sehingga hal tersebut dapat menjadi pertanyaan bagaimana pengaruh pola perilaku dan kecenderungan para anak-anak generasi z sebagai pelaku skena yang ada dalam Kota tersebut. Para pelaku komunitas skena di Kota Padang umumnya mereka menggunakan unsur-unsur seperti musik dan fashion sebagai identitas pembeda mereka dengan kelompok lainnya. Skena musik di Padang meliputi berbagai genre, mulai dari musik tradisional Minangkabau hingga musik modern seperti pop, rock, dan hip-hop. Musisi lokal sering menggabungkan elemen-elemen tradisional dengan genre modern untuk menciptakan karya yang unik. Ada beberapa tempat dan acara yang menjadi pusat kegiatan musik di Padang, seperti festival musik, konser lokal, dan kafe-kafe yang sering mengadakan pertunjukan live. Komunitas kreatif di Padang mencakup berbagai bidang seperti fashion, desain grafis, dan literatur. Coffee shop sering menjadi tempat berkumpulnya para kreatif untuk berdiskusi, berkolaborasi, dan memamerkan karya-karya mereka. Tempat-tempat ini tidak hanya menjadi pusat aktivitas sosial tetapi juga menjadi ruang di mana ide-ide baru lahir dan berkembang.

Realita skena di Kota Padang, terlihat bahwa budaya skena lebih eksis dibandingkan budaya lokal, hal ini didukung oleh algoritma dari *platform* media sosial. Skena menyebar lewat Instagram/TikTok yang mendorong tren cepat dan visual. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia), tingkat penetrasi internet Indonesia

menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4%. ($\pm 221,6$ juta pengguna), sehingga konten skena jauh lebih sering tampil dan diulang di feed Gen Z. Faktor lainnya, kena di Padang punya infrastruktur harian: kafe/*coffee shop*, gigs kecil, pop-up. Penelitian kampus di Padang mencatat kenaikan *coffee shop* yang signifikan; satu studi menyebut 2011–2021 sudah berdiri 179 *coffee shop* di Kota Padang (indikasi lonjakan ruang nongkrong & event kecil). Data BPS juga menunjukkan jumlah restoran/rumah makan di Kota Padang ratusan unit (335 pada 2023), yang menjadi ekosistem event komunitas.

Adanya momentum ekonomi kreatif turut mendukung eksistensi skena di Kota Padang, Kemenparekraf menyebut pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia 2013–2024 meningkat signifikan dan pernyataan itu disampaikan di Padang (Agustus 2025). Ini artinya dukungan narasi & program untuk sektor-sektor yang dekat dengan skena (musik, fashion, dan desain) relatif kuat dan terasa di kota. Skena menawarkan identitas siap pakai, mengutip artikel analitis tentang “fashion skena” pada Gen Z menyorot keberanian melampaui batas norma dan kemudahan memadukan gaya (thrift, band tees, aksesoris) menjadi identitas yang cepat terlihat di jalanan dan di kamera, sehingga cepat viral. Lalu didukung oleh konsumsi dan gaya hidup urban Gen Z yang memunculkan Studi di Padang melihat *coffee shop* sebagai gaya hidup dan locus komunikasi anak muda; bahkan perilaku konsumtif remaja penikmat *coffee shop* di Padang dibaca melalui kacamata “nilai tanda/symbolik”. Ini

menjelaskan kenapa aktivitas skena (kopi, musik, fashion) mudah tampil sebagai standar “gaul” harian.

Di Kota Padang pada saat ini, budaya skena mulai menunjukkan kembali eksistensinya hal ini dapat dilihat dari banyaknya cafe-cafe yang menonjolkan budaya skena tersebut melalui musik dan *fashion* dari barista ataupun pelanggan yang datang salah satunya Workas Coffee And Eatery, Jalan Pusat, Fabriek Bloc, dan adanya konser “Pesta Warga *Skena*” di padang yang diselenggarakan pada tanggal 20 Agustus 2023 lalu. Tempat-tempat tersebut menyajikan musik yang menonjolkan budaya *Skena* serta *Fashion* yang menggambarkan bagaimana budaya *Skena* itu sendiri.

Berdasarkan pernyataan diatas, penelitian ini akan melihat skena menggunakan pendekatan bagaimana sebuah kelompok menggunakan musik dan fashion sebagai identitas pembeda mereka dengan kelompok lainnya. Peneliti memilih lokasi di beberapa *coffe shop* yang di kota padang (Workas Coffe and Eatery, Salejourn Caffé and Space, Barberbox, dan 3AM Creative Space) dan salah satu media publikasi terkait industri kreatif di Kota Padang (Wethesyne).

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian mengenai skena masih dilakukan secara parsial artinya dari beberapa penelitian terdahulu yang ditemukan mereka hanya mencoba melihat skena dari satu sisi saja seperti musik, fashion, ataupun di Kota tertentu saja. Dikutip dari artikel *Pophariini Budaya Skena di Kota Padang* mulai banyak dan mulai terlihat eksistensinya sehingga membutuhkan pendekatan sosiologis

untuk menganalisis bagaimana pengaruh dari budaya populer terhadap budaya *Skena* sebagai gaya hidup

Berdasarkan uraian diatas maka diajukan pertanyaan penelitian ini adalah, Apa makna budaya skena bagi *Gen Z* di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

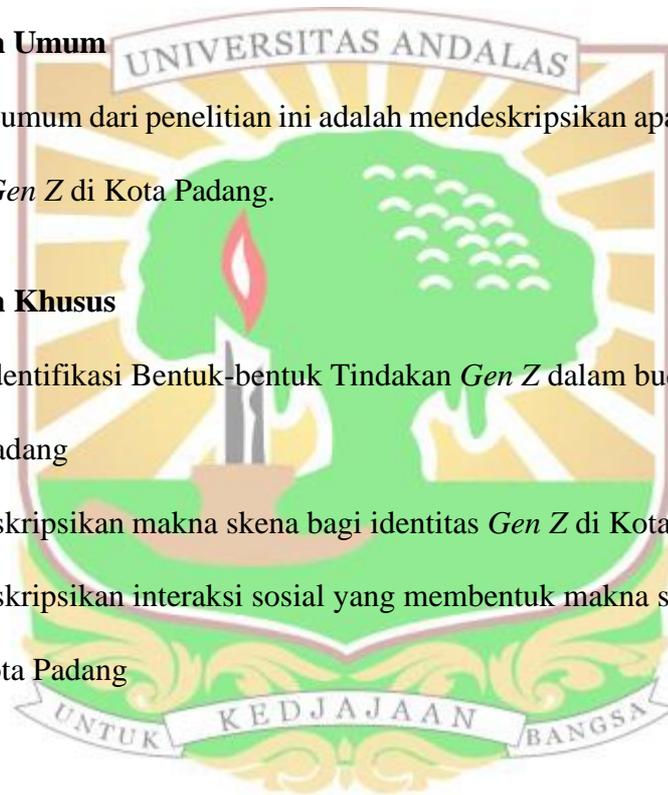
Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dijelaskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah mendeskripsikan apa makna budaya *Skena* bagi *Gen Z* di Kota Padang.

3.2 Tujuan Khusus

1. Mengidentifikasi Bentuk-bentuk Tindakan *Gen Z* dalam budaya skena di Kota Padang
2. Mendeskripsikan makna skena bagi identitas *Gen Z* di Kota Padang.
3. Mendeskripsikan interaksi sosial yang membentuk makna skena bagi *Gen Z* di Kota Padang



1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Memberikan sumbangan ilmu terhadap pengetahuan yang berhubungan dengan fenomena *Skena* di Kota Padang dan bagaimana makna skena bagi *Gen Z* di Kota Padang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana pandangan terhadap fenomena *Skena* di Kota Padang dan bagaimana bagaimana makna skena bagi *Gen Z* di Kota Padang, serta menjadi acuan bagi pihak lain dalam mengidentifikasi fenomena tersebut.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Skena Musik

Dalam artikel yang *dipublish* *Departmen Of Communications* Universitas Islam Indonesia, istilah *Skena* yang menjadi bahasa gaul belum ada dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). *Skena* berasal dari tiga kata yaitu *Sua*, *Cengkerama*, dan *Kelana*. *Sua* artinya datang saling mendekati, *Cengkerama* berarti percakapan untuk menggemirakan, sementara *Kelana* berarti mengadakan perjalanan ke mana-mana tanpa tujuan tertentu (Meigitaria Sanita, 15 Desember 2023).

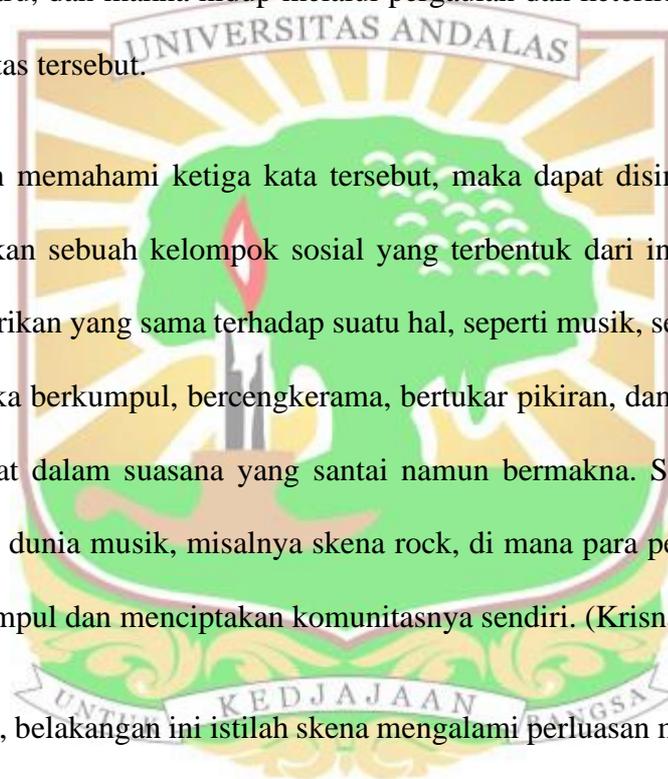
Dalam konteks sosial, *sua* mencerminkan awal mula pertemuan antar individu yang kemudian bisa berkembang menjadi hubungan yang lebih akrab, sebagaimana yang terjadi dalam komunitas skena, sementara itu *Cengkerama*

merujuk pada aktivitas berbicara yang bertujuan untuk menyenangkan hati, seperti bergurau, bercanda, atau bersenda gurau. *Cengkerama* juga bisa diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan untuk bersenang-senang. Dalam dunia skena, cengkerama menjadi bagian penting dari interaksi sosial antar anggotanya dimana mereka saling bertukar cerita, pengalaman, dan tawa.

Adapun *Kelana* mencerminkan semangat kebebasan dan eksplorasi, yang menjadi ciri khas banyak anak muda dalam skena yang ingin mencari jati diri, pengalaman baru, dan makna hidup melalui pergaulan dan keterlibatan mereka di dalam komunitas tersebut.

Dengan memahami ketiga kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa skena merupakan sebuah kelompok sosial yang terbentuk dari individu-individu dengan ketertarikan yang sama terhadap suatu hal, seperti musik, seni, atau budaya populer. Mereka berkumpul, bercengkerama, bertukar pikiran, dan menjalin relasi sosial yang erat dalam suasana yang santai namun bermakna. Skena umumnya identik dengan dunia musik, misalnya skena rock, di mana para penggemar genre tersebut berkumpul dan menciptakan komunitasnya sendiri. (Krisnawati, 2023)

Namun, belakangan ini istilah skena mengalami perluasan makna, terutama di platform seperti TikTok. Di sana, skena tidak lagi terbatas pada komunitas musik, tetapi juga mengarah pada gaya berpakaian, estetika visual, dan persona yang dibentuk di media sosial. Perubahan ini mencerminkan bagaimana budaya digital memengaruhi pembentukan identitas dan komunitas secara lebih luas.



Pada umumnya skena diidentikan dengan perkumpulan musik underground ataupun genre indie yang menolak industrialisasi dalam dunia musik dan juga genre musik seperti metal, *hardcore*, rock ataupun jenis musik lainnya yang sifatnya mengkritik genre lagu lain. Musik underground sendiri adalah aliran musik yang mempunyai beberapa subgenre di dalamnya dan bergerak secara independent, namun pemahaman skena saat ini berbeda dengan skena yang telah dijelaskan. Saat ini pemahaman terhadap skena cenderung kepada orang-orang yang memiliki gaya pakaian khas dan menyukai genre musik yang underground. *Outfit* bagi orang dengan sebutan skena, biasanya identik dengan kaos oversize dengan printan kata-kata bijak atau logo. Secara makna, istilah skena sebenarnya tidak memiliki konotasi negatif. Setiap komunitas atau perkumpulan justru dapat menjadi ruang untuk saling berbagi dan memperluas pengetahuan antar anggotanya. Namun demikian, di media sosial, kata skena kerap dipersepsikan secara negatif.

Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa skena adalah komunitas musik yang cenderung mengkritik genre musik lain yang tidak sesuai dengan preferensi mereka. Stereotip ini muncul karena banyak anggota skena yang lebih menyukai musik indie. Musik indie sendiri sering dipandang sebagai sesuatu yang unik dan keren oleh sebagian orang, sementara musik pop dianggap terlalu umum atau terlalu mengikuti arus utama (mainstream).

Dalam dunia musik memiliki beberapa kriteria yang dapat dikelompokkan kedalam cakupan skena, seperti:

A. Independen (Indie)

Musik skena sering berasal dari band atau musisi independen yang tidak terikat dengan label besar, sehingga mereka memiliki kebebasan penuh dalam mengekspresikan ide, gaya, dan identitas musikal mereka tanpa harus tunduk pada tekanan industri atau tuntutan pasar komersial. Dalam proses kreatifnya, para musisi ini biasanya memproduksi lagu-lagunya secara mandiri, mulai dari tahap penulisan lirik, rekaman, mixing, hingga distribusi. Mereka juga mempromosikan karya-karya mereka secara otodidak melalui media sosial, platform streaming digital seperti *SoundCloud*, *YouTube*, *Spotify*. Sikap independen ini mencerminkan semangat DIY (Do It Yourself) yang kuat, yang menjadi ciri khas penting dari skena sebagai subkultur musik alternatif. Contohnya musisi seperti Pamungkas, yang memproduksi sendiri albumnya seperti *Walk The Talk* dari kamar tidurnya, dan berhasil menjangkau jutaan pendengar hanya dengan kekuatan digital dan word-of-mouth dari komunitas. Tren beberapa tahun terakhir musik indie dianggap keren dan lebih banyak diminati. “Mereka yang mendengar musik ini adalah yang paling keren di tongkrongan karena mendengarkan musik yang bisa disebut tidak pasaran.” PrambosFM.

B. Anti Mainstream

Musik skena biasanya tidak mengikuti selera pasar atau tren musik populer yang cenderung dikemas untuk konsumsi massal dan mengutamakan keuntungan komersial. Sebaliknya, musik ini justru

berusaha menampilkan sesuatu yang berbeda dan autentik, baik dari segi lirik yang lebih personal dan reflektif, aransemen yang eksperimental dan tidak konvensional, maupun gaya vokal yang unik dan sering kali tidak memenuhi standar vokal industri musik arus utama. Keberanian untuk mengekspresikan hal-hal yang dianggap "tidak laku" inilah yang menjadi kekuatan utama musik skena. Para musisinya lebih mengutamakan kejujuran artistik dan identitas diri daripada popularitas, sehingga menghasilkan karya-karya yang orisinal dan sering kali memiliki makna mendalam bagi pendengarnya. Musik skena menjadi ruang ekspresi alternatif bagi mereka yang tidak merasa terwakili oleh budaya musik mainstream. Sebagai contoh, band seperti The Adams memilih untuk mempertahankan gaya musik pop alternatif yang mereka bangun sendiri sejak awal 2000-an, meskipun tren musik nasional terus berubah. Lirik-lirik mereka, seperti dalam lagu "*Pelantur*", berisi perenungan tentang perjalanan hidup dan pencarian makna, bukan tema cinta klise seperti yang sering mendominasi tangga lagu populer. Di luar negeri, band seperti Arctic Monkeys pada awal kemunculannya juga menawarkan sesuatu yang berbeda dari arus utama dengan gaya vokal Alex Turner yang santai dan lirik-lirik yang lebih menggambarkan kehidupan sehari-hari anak muda Inggris secara realistis daripada menciptakan imajinasi romantis yang mengawang.

Selain itu, beberapa musisi skena juga memilih menggunakan instrumen yang tidak biasa atau struktur lagu yang tidak lazim. Misalnya,

dalam musik math rock atau post-rock, seperti yang dibawakan oleh band-band seperti Elephant Kind atau Sigur Rós, terdapat penggunaan waktu yang tidak standar, durasi lagu yang panjang, dan dinamika yang berubah-ubah secara dramatis semua ini menunjukkan bahwa mereka lebih mementingkan eksplorasi artistik daripada mengikuti selera massa. Dengan kata lain, musik skena mengutamakan ekspresi diri dan keaslian kreatif, bahkan jika itu berarti menyimpang dari apa yang dianggap “laku” di pasar musik konvensional.

C. Lirik Bersifat Personal

Lirik lagu skena sering kali menyuarakan keresahan personal, kritik sosial, atau pengalaman emosional yang mendalam, menjadikannya sebagai medium untuk mengekspresikan perasaan dan gagasan yang sulit disampaikan dalam kehidupan sehari-hari. Melalui lirik yang jujur dan kadang puitis, para musisi skena menciptakan narasi-narasi yang mewakili kegelisahan generasi muda terhadap realitas yang mereka hadapi, baik dalam konteks sosial, budaya, maupun relasi personal.

Tema lagu yang diangkat bisa sangat beragam, mulai dari perasaan keterasingan yang sering muncul dalam lagu-lagu yang menggambarkan betapa sulitnya seseorang merasa cocok dengan lingkungannya, seperti yang tergambar dalam lagu "*Paranoid Android*" milik Radiohead, yang penuh dengan nuansa kebingungan dan keterasingan dalam kehidupan modern

Tema lagi lainnya yang berlandaskan kecemasan terhadap masa depan termasuk proses pencarian jati diri sering menjadi landasan utama lirik skena, seperti yang tergambar dalam karya-karya Efek Rumah Kaca, khususnya lagu "*Desember*" yang memadukan kesedihan, refleksi personal, dan pertanyaan eksistensial dalam lirik-liriknya. Lagu-lagu ini tidak hanya dinikmati, tetapi juga dirasakan, karena mampu menyentuh sisi-sisi terdalam dari pengalaman manusia yang sering kali tidak terwakili dalam musik arus utama.

Selain itu, banyak juga yang menyisipkan kritik terhadap budaya populer yang dianggap terlalu konsumtif dan dangkal yang dapat ditemukan dalam lagu-lagu seperti "*American Idiot*" dari Green Day, yang secara terang-terangan menyindir budaya media dan konsumerisme di Amerika Serikat. Lirik-lirik ini bukan hanya menjadi sarana ekspresi diri, tetapi juga membentuk ikatan emosional antara musisi dan pendengarnya, menciptakan rasa kebersamaan dalam pengalaman yang serupa meskipun berasal dari latar belakang yang berbeda.

D. Performa Intim dan Komunitas Kecil

Musik skena sering ditampilkan di gigs kecil, kafe, ruang kreatif, atau studio musik indie, yang secara sengaja dipilih sebagai tempat alternatif dari panggung besar yang lebih formal dan komersial. Ruang-ruang ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat pertunjukan, tetapi juga sebagai wadah berkumpulnya komunitas, tempat berbagi ide, serta ruang aman bagi para musisi dan pendengar yang ingin mengekspresikan diri tanpa tekanan untuk

tampil “sempurna”. Karena ukurannya yang lebih kecil dan suasana yang lebih santai, pertunjukan musik skena cenderung memiliki nuansa yang intim, akrab, dan inklusif. Hal ini memungkinkan interaksi yang lebih langsung antara musisi dan penonton, sehingga hubungan yang tercipta pun lebih bersifat horizontal, layaknya teman sebaya yang sedang berbagi pengalaman, bukan hubungan antara selebritas dan penggemarnya.

Contohnya, di kota-kota seperti Yogyakarta, Bandung, dan Padang, gigs musik skena sering digelar, di Kota Padang sendiri lebih merujuk kepada tempat-tempat seperti *Gor Prayoga, Taman Budaya, Pendopo FBS (Fakultas Bahasa dan Seni) UNP* atau bahkan di garasi rumah dan studio kecil yang disulap menjadi panggung dadakan. Di tempat seperti ini, seorang musisi bisa langsung berbincang dengan pendengar seusai tampil, berdiskusi tentang isi lagu, atau bahkan berkolaborasi secara spontan. Band indie di Sumatera Barat khususnya Padang seperti *De Train To Jupiter, Satelit Pemancar Panas, Rekayasa Genetik, Norbit* yang sering tampil di acara semacam ini pada awal karier mereka, membentuk hubungan yang kuat dengan komunitas pendengar yang mendukung mereka bukan hanya karena musiknya, tetapi juga karena nilai dan semangat kolektif yang mereka bawa.

Lebih dari sekadar pertunjukan musik, gigs skena menjadi ruang interaksi sosial, tempat di mana orang bisa datang tidak hanya untuk menonton, tapi juga untuk merasakan kebersamaan, berdiskusi, dan terlibat

dalam budaya yang sedang berkembang. Nuansa keakraban ini memperkuat perasaan memiliki dalam komunitas skena, di mana setiap individu baik musisi maupun penonton memainkan peran yang sama pentingnya dalam membangun ekosistem budaya alternatif tersebut.

“Skena bukan hanya soal musik, tetapi juga jaringan sosial, nilai, dan identitas yang dibangun di dalam komunitas itu sendiri.” (Straw, 1991)

1.5.2 Skena Fashion

Skena *Fashion*, pemahaman fashion dalam skena tidak hanya sekadar soal gaya berpakaian, tetapi merupakan bentuk ekspresi diri yang mencerminkan nilai, identitas, dan perlawanan terhadap arus utama (mainstream). Gaya berpakaian anak skena sering kali tidak mengikuti tren fashion populer, melainkan muncul dari kombinasi spontan, eksperimen personal, dan pengaruh subkultur tertentu seperti punk, grunge, indie, emo, atau streetwear. “Dalam konteks anak muda Indonesia, skena menjadi simbol eksistensi, ruang ekspresi, dan perlawanan terhadap budaya dominan.” (Whiteboard Journal, 2019).

Dalam Dunia Fashion dan musik memiliki beberapa kriteria yang dapat dikelompokkan kedalam cakupan skena, seperti:

A. Anti Mainstream dan Unik

Fashion skena cenderung menolak penampilan yang terlalu “rapih” atau “trendi” ala fashion komersial. Anak skena lebih suka tampil beda, dengan gaya yang kadang terlihat “berantakan”, namun justru dianggap keren karena

mencerminkan keaslian dan kejujuran ekspresi. Contoh: Memadukan kemeja flanel bekas dengan kaos band obscure, celana robek, atau jaket denim bertambal pin/badge hasil koleksi pribadi.

B. Pengaruh Sub Kultur

Setiap skena bisa terinspirasi dari subkultur tertentu. Misalnya:

- Punk skena cenderung berpenampilan dengan jaket kulit, rantai, sepatu boots, rambut mohawk.
- Grunge skena cenderung berpenampilan dengan flanel, jeans belel, kaos lusuh, sepatu Converse.
- Indie/alternative skena cenderung berpenampilan dengan kemeja oversize, tote bag, sneakers retro, kacamata bulat.
- Emo skena cenderung berpenampilan dengan rambut hitam menutupi mata, eyeliner, kaos gelap, sabuk berpaku.

C. Thrifting dan Slow Fashion

Karena nilai antikomersial yang dianut oleh komunitas skena, anak-anak skena sering kali memilih pakaian dari thrift shop atau toko pakaian bekas, yang tidak hanya menawarkan harga yang lebih terjangkau, tetapi juga dianggap lebih unik dan orisinal dibandingkan dengan produk-produk yang diproduksi massal oleh industri fashion arus utama.

Pakaian bekas ini membawa cerita dan karakter tersendiri, sehingga menjadi simbol ekspresi diri yang autentik dan berbeda dari tren

mainstream yang homogen. Selain itu, kebiasaan ini juga selaras dengan prinsip keberlanjutan (sustainability), karena dengan membeli pakaian bekas, mereka secara tidak langsung ikut mengurangi limbah tekstil dan dampak negatif dari produksi fast fashion yang sering kali tidak ramah lingkungan.

Sikap ini sekaligus merupakan bentuk kritik terhadap budaya konsumsi berlebihan dan siklus mode yang cepat, yang dianggap hanya memperkuat dominasi industri dan mengabaikan nilai kreativitas serta tanggung jawab sosial. Dengan demikian, memilih pakaian dari thrift shop bukan hanya soal gaya, tetapi juga merupakan pernyataan politik dan kesadaran ekologis dalam dunia fashion skena.

D. Aksesoris yang Khas

Aksesori seperti tote bag dengan desain nyeleneh, pin yang berisi pesan-pesan kritik sosial atau simbol subkultur tertentu, patch yang dijahitkan pada jaket atau tas, topi beanie yang sederhana, kacamata dengan model retro yang unik, serta kalung atau gelang buatan tangan yang dibuat secara mandiri sering menjadi pelengkap penting dalam gaya berpakaian anak skena.

Aksesori-aksesori ini bukan hanya sekadar pelengkap visual, melainkan juga sarana untuk mengekspresikan identitas, sikap, dan nilai-nilai yang mereka anut dalam kehidupan sehari-hari. Dalam dunia skena, aksesori tidak harus mahal atau bermerek terkenal; yang jauh lebih penting

adalah bahwa setiap item tersebut memiliki cerita, makna personal, atau keterkaitan emosional dengan pemiliknya.

Misalnya, sebuah pin yang diberikan oleh teman dekat saat sebuah acara musik atau patch yang didapatkan dari perjalanan komunitas menjadi simbol kebersamaan dan kenangan yang melekat kuat pada pemakainya. Dengan demikian, aksesoris dalam fashion skena menjadi wujud kreativitas sekaligus pernyataan individualitas yang membedakan mereka dari arus mode konvensional.

Kalau berbicara mengenai norma skena (aturan tidak tertulis yang berkembang dalam komunitas kreatif, musik dan fashion) dalam kehidupan sehari-hari, biasanya bentuknya berbeda dengan norma adat atau norma formal. Norma skena lebih cair, fleksibel, dan lahir dari konsensus sosial anak muda yang terlibat di dalamnya. *Authenticity* dipandang penting, di mana individu berusaha tampil sesuai jati diri atau selera asli mereka, bukan sekadar mengikuti arus mainstream. Dalam praktiknya, gaya *mix and match* bebas, seperti thrift fashion, oversized tee, aksesoris nyentrik, hingga piercing atau tato dianggap sah dan justru merepresentasikan karakter personal. Selain itu, tidak ada ruang untuk menghakimi pilihan gaya berbasis gender; pria yang memakai anting, mewarnai rambut, menggunakan makeup, atau mengenakan style yang sebelumnya diasosiasikan dengan perempuan tidak lagi dipandang aneh.

Norma interaksi sosial dalam skena menekankan prinsip kesetaraan. Meskipun terdapat hierarki senioritas, relasi antaranggota cenderung cair, di mana penghargaan lebih diberikan pada kontribusi nyata seperti keterampilan bermusik,

kemampuan mengolah desain, ataupun konsistensi hadir dalam kegiatan komunitas. Selain itu, nilai solidaritas tercermin dari praktik saling mendukung, misalnya melalui promosi acara rekan, serta konsumsi produk lokal skena seperti kaos band, zine, kopi, maupun stiker. Lebih jauh, skena juga berupaya membangun ruang *non-judgmental*, yakni ruang yang sebisa mungkin menerima perbedaan orientasi, ekspresi gender, serta latar belakang sosial anggotanya.

Norma konsumsi dan gaya hidup dalam skena ditunjukkan melalui aktivitas nongkrong yang telah menjadi rutinitas sekaligus sarana mempertahankan *sense of belonging*. Lokasi seperti coffee shop, gigs berskala kecil, maupun skate park berfungsi sebagai ruang sosial yang memperkuat koehsi komunitas. Di sisi lain, terdapat orientasi *support local*, yaitu preferensi untuk mengonsumsi produk lokal seperti kopi di street coffee atau brand indie, yang dipandang lebih bernilai dibandingkan produk korporasi besar. Selain itu, skena menginternalisasi etika *DIY* (*Do It Yourself*), yang tercermin dalam praktik pembuatan kaos, merchandise, dan zine secara mandiri, sebagai bentuk ekspresi orisinalitas serta penolakan terhadap komersialisasi berlebihan.

1.5.3 Konsep Gen Z

Generasi Z, atau yang sering disingkat sebagai *Gen Z* atau dikenal sebagai zoomer dalam bahasa sehari-hari, merupakan kelompok demografis yang menggantikan Generasi Milenial dan mendahului Generasi Alfa. Para peneliti dan media umumnya menetapkan pertengahan hingga akhir tahun 1990-an sebagai awal kelahiran *Gen Z* dan awal tahun 2010-an sebagai akhir kelahiran. Meskipun

demikian, di Indonesia, klasifikasi rentang tahun kelahiran *Gen Z* berdasarkan data resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada Sensus Penduduk tahun 2020 dimulai dari tahun 1997 hingga 2012. Sebagian besar anggota *Gen Z* merupakan anak dari Generasi X atau generasi *Baby Boomer* yang lebih muda. Generasi Z memiliki sifat sebagai generasi yang memiliki ketertarikan terhadap berbagai aspek, termasuk isu-isu sosial dan lingkungan, multikulturalisme, serta kemajuan teknologi. Mereka cenderung bersikap terbuka, ingin tahu, dan selalu aktif.

Gen Z ketika menghadapi masalah tertentu, mereka akan lebih cenderung berani menyuarakannya. Sebagai generasi pertama yang tumbuh dengan akses ke Internet dan teknologi digital portabel sejak usia muda, *Gen Z*, meskipun belum sepenuhnya terampil dalam penggunaan teknologi digital, sering disebut sebagai "*digital native*" atau individu yang tumbuh seiring dengan perkembangan digital. Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, *Gen Z* cenderung mengalami perkembangan hidup yang lebih lambat, menunjukkan tingkat kehamilan remaja yang lebih rendah dan konsumsi alkohol yang lebih sedikit (meskipun belum tentu obat psikoaktif lainnya). Mereka juga menunjukkan kepedulian yang lebih besar terhadap pencapaian akademis dan prospek pekerjaan, serta kemampuan untuk menunda kepuasan, dibandingkan dengan generasi tahun 1960-an, meskipun ada keprihatinan sebaliknya. Praktik sexting semakin umum di kalangan remaja, dan konsekuensinya masih kurang dipahami. Meskipun begitu, budaya anak muda menjadi lebih tenang meskipun tidak benar-benar menghilang.

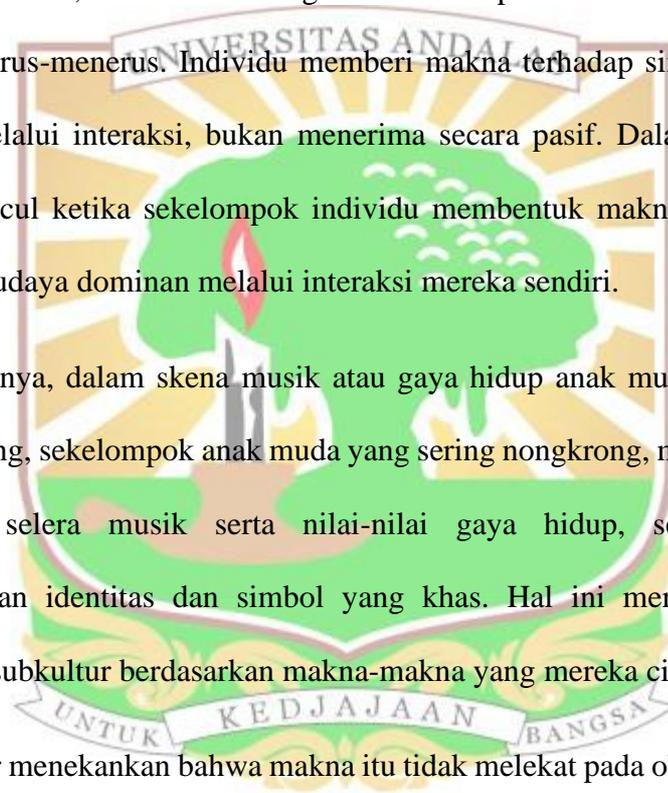
1.5.4 Tinjauan Sosiologis

Herbert Blumer adalah seorang sosiolog yang dikenal sebagai pelopor teori interaksionisme simbolik (symbolic interactionism). Meskipun Blumer tidak secara eksplisit membahas "subkultur" dalam banyak karyanya, pendekatan interaksionisme simboliknya memberikan fondasi penting untuk memahami bagaimana subkultur terbentuk, berkembang, dan dimaknai oleh para anggotanya.

Dalam pandangan Blumer, masyarakat tidak dilihat sebagai sesuatu yang statis dan struktural, melainkan sebagai hasil dari proses interaksi sosial yang berlangsung terus-menerus. Individu memberi makna terhadap simbol, tindakan, dan norma melalui interaksi, bukan menerima secara pasif. Dalam konteks ini, subkultur muncul ketika sekelompok individu membentuk makna kolektif yang berbeda dari budaya dominan melalui interaksi mereka sendiri.

Contohnya, dalam skena musik atau gaya hidup anak muda seperti yang terjadi di Padang, sekelompok anak muda yang sering nongkrong, menghadiri gigs, dan berbagi selera musik serta nilai-nilai gaya hidup, secara bertahap mengembangkan identitas dan simbol yang khas. Hal ini merupakan bentuk pembentukan subkultur berdasarkan makna-makna yang mereka ciptakan sendiri.

Blumer menekankan bahwa makna itu tidak melekat pada objek, melainkan diciptakan dan dinegosiasikan dalam interaksi sosial. Dalam subkultur, hal ini terlihat dari cara anggotanya membangun gaya berpakaian, bahasa gaul, musik, dan bahkan tempat nongkrong sebagai simbol yang bermakna hanya dalam konteks



komunitas tersebut. Misalnya, penggunaan istilah “skena” itu sendiri menjadi penanda identitas yang dipahami hanya oleh mereka yang terlibat.

Dalam konteks Blumer, subkultur juga dapat dimaknai sebagai respon simbolik terhadap tekanan budaya dominan. Gen Z di Padang yang merasa tidak cukup terwakili oleh nilai-nilai tradisional atau norma budaya arus utama akan menciptakan ruang alternatif seperti subkultur skena sebagai bentuk artikulasi identitas yang lebih otentik.

Melalui pendekatan interaksionisme simbolik Blumer, subkultur dipahami sebagai hasil dari proses sosial yang aktif, dinamis, dan penuh makna. Subkultur terbentuk bukan karena struktur sosial semata, melainkan karena interaksi yang membentuk pemaknaan simbol-simbol yang khas dan membedakan diri dari budaya dominan.

Inti pemikiran interaksionisme simbolik oleh H. Blumer, Blumer merangkum inti dari Interaksionisme Simbolik dalam tiga premis dasar yang saling terkait:

1. Manusia bertindak terhadap "sesuatu" berdasarkan makna yang dimilikinya bagi mereka. Ini adalah premis paling fundamental. Blumer berargumen bahwa manusia tidak bereaksi langsung terhadap stimulus atau objek fisik itu sendiri. Sebaliknya, tindakan kita didasarkan pada makna atau interpretasi yang kita berikan pada "sesuatu" tersebut. "Sesuatu" ini bisa berupa orang lain (teman, musuh), institusi (pemerintah, sekolah), situasi (pertemuan, konflik), konsep (cinta, keadilan), atau bahkan diri kita sendiri.

2. Makna-makna ini berasal dari interaksi sosial dengan orang lain, makna bukanlah sesuatu yang melekat pada objek secara inheren, juga bukan sesuatu yang kita ciptakan sendiri dalam isolasi. Sebaliknya, makna adalah produk sosial. Makna muncul dan dibentuk melalui proses interaksi, komunikasi, dan pertukaran simbol-simbol (bahasa, gestur, ekspresi) dengan orang lain. Ini adalah proses negosiasi dan interpretasi yang berkelanjutan.
3. Makna-makna ini dimodifikasi melalui proses interpretif yang digunakan seseorang dalam menghadapi situasi yang dihadapinya. Makna tidak statis atau final. Ketika seseorang menghadapi suatu situasi atau berinteraksi dengan "sesuatu," ia terlibat dalam proses "interpretasi" atau "definisi situasi."

Penelitian ini menggunakan teori interaksionisme simbolik dengan memperhatikan ketiga inti pemikiran dari teori ini, dimana dalam pembahasan hasil penelitian akan memfokuskan pokok kajian berdasarkan proses manusia bertindak berdasarkan makna yang didapat dari interaksi sosial dan akan dimodifikasi melalui proses interpretasi terhadap suatu kondisi yang dialaminya.

1.5.5 Penelitian Relevan

Penelitian relevan merujuk kepada penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya, beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian ini sangat dibutuhkan. Hasil pada penelitian sebelumnya dijadikan sebagai bahan dan pedoman juga perbandingan bagi penelitian yang dilakukan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penelitian Relevan

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<p>Jeffri Yosep Simanjanjari, Gandhi Pawitan Magister Ilmu Sosial Universitas Katolik Parahyangan</p>	<p>Modal Sosial Pada <i>Skena</i> Musik: Studi Kualitatif Komunitas Musik Indie Bandung 1994-2004</p>	<p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, timbal balik, dan kerjasama tumbuh secara alami dalam komunitas musik pada awal tahun 1990-an. Modal sosial ini akhirnya menjadi aset bagi setiap individu dalam komunitas musik, baik dalam ranah industri musik itu sendiri maupun dalam karier di luar dunia musik. Meskipun terbatas secara ekonomi, beberapa komunitas musik berhasil mengelola sumber daya yang dimiliki sehingga mereka memiliki kesempatan untuk memperdengarkan karya musik yang dihasilkan. Label indie muncul sebagai inovasi yang memiliki peran signifikan dalam perkembangan <i>skena</i> musik independen. Dibandingkan dengan label besar, label indie menawarkan beberapa keunggulan seperti fleksibilitas, keberagaman musikal, dan atmosfer kekeluargaan, menjadikannya kekuatan yang memengaruhi industri musik saat ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa modal sosial dalam label ini cukup kuat dan</p>

			didukung oleh frekuensi pertemuan dan kedekatan personal antar individu.
2	<p>Oki Rahadiano Sutopo, Agustinus Aryo Lukisworo.</p> <p>Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.</p>	<p>Praktik Pertunjukan Musik Mandiri dalam <i>Skena</i> Metal Ekstrem</p>	<p>Dinamika pertunjukan musik independen dalam skena metal ekstrem di Yogyakarta mencerminkan bagaimana generasi muda bernegosiasi dengan dominasi naratif ruang komersial yang didikte oleh industri budaya utama, sambil menghadapi keterbatasan berekspresi di tengah kerangka perkotaan. Perubahan menuju era neoliberal kontemporer semakin memperkuat kontrol kapital terhadap penafsiran ruang dalam kehidupan sehari-hari. Pertunjukan musik independen memanfaatkan jaringan sosial yang melibatkan berbagai tingkatan, dari lokal hingga lintas wilayah, dan terus melakukan eksperimen terhadap norma-norma dalam skena, yang pada akhirnya menjadi bentuk perlawanan simbolik. Perlawanan ini tidak hanya melibatkan pertentangan kelas sosial, tetapi juga mencerminkan penolakan terhadap marginalisasi yang berbasis pada aspek ruang geografis. Pelaksanaan pertunjukan musik independen oleh generasi muda dalam skena metal ekstrem dapat berfungsi sebagai contoh yang positif dalam mempertahankan nilai-</p>

			nilai idealisme musik, baik dalam konteks saat ini maupun untuk masa yang akan datang.
3	Indra Buana Pradipta, Reiza D. Dienaputra, Ayu Septiani Universitas Padjajaran	Fashion Streetwear Sebagai Penunjang Musisi Indie Di Kota Bandung (1990-2004)	<p>Mode streetwear muncul dari acara-acara kecil seperti gigs yang membawa lapak sebagai hasil budaya dari musik independen, dengan prinsip do-it-yourself (DIY) sebagai konsepnya. Kemudian, mode ini berkembang menjadi barang dagangan yang terstruktur dan direncanakan oleh band-band di dalamnya. Di Kota Bandung, fashion streetwear tumbuh menjadi industri yang memiliki nilai ekonomis. Bagi industri fashion streetwear, kejadian tragis AACC ini menunjukkan bahwa para pelaku musik dan musisi independen di Kota Bandung memiliki bukti konkret bahwa merek dan produk fashion streetwear yang telah mereka kembangkan sejak 1990-an terus mempertahankan solidaritas untuk mendukung keberlanjutan skena, idealisme, dan semangat independen. Ini juga mencerminkan bahwa dinamika fashion streetwear selalu terkait erat dengan perkembangan musik dan musisi independen Kota Bandung, mulai dari awal muncul, pertumbuhan, masa kejayaan, hingga saat-saat</p>



			sulit. Fashion streetwear tetap menjadi pilar pendukung bagi musisi independen, khususnya dalam skena musik indie dan underground secara umum.
--	--	--	--

Sumber : Data Primer Peneliti 2025

Berdasarkan penelitian relevan di atas, dapat disimpulkan persamaan penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya terletak pada metode penelitian yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dan kajian peneliti yaitu meneliti tentang Skena. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian relevan diatas terletak pada fokus penelitian, lokasi penelitian, daerah penelitian, dan teori yang digunakan. Penelitian ini lebih memfokuskan pada fokus kajian dan penelitian yang dilakukan dengan melihat fenomena budaya skena sebagai gaya hidup gen z di Kota Padang.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Miles dan Huberman menjelaskan penelitian kualitatif sebagai pendekatan penelitian yang berfokus pada pengumpulan data deskriptif dan interpretatif untuk memahami suatu fenomena sosial dalam konteksnya. Data kualitatif dimaksud seperti wawancara, observasi, dan analisis teks digunakan untuk menggali makna dan memahami perbedaan individual dalam fenomena tersebut.

Metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha

menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka (Afrizal, 2014, hal. 13). Data yang akan diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu berbentuk penjelasan, catatan lapangan, deskripsi kata juga tindakan yang dilakukan oleh informan.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian ini digunakan untuk menggambarkan, menganalisis, dan menginterpretasikan karakteristik, perilaku, atau fenomena dalam konteks yang telah ada. Tujuan utama dari penelitian deskriptif adalah memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang sedang peneliti amati maupun yang peneliti teliti. Karena tipe penelitian ini dapat memberikan gambaran yang akurat tentang suatu fenomena atau topik penelitian yang diteliti. Dengan tipe penelitian ini dapat mengungkapkan proses kejadian secara mendetail. Maka dari itu peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif ini dikarenakan peneliti menganalisis dan mengumpulkan data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) serta mengamati secara lebih detail terkait fenomena budaya skena sebagai gaya hidup gen z di Kota Padang.

1.6.2 Informan Penelitian

Demi memperoleh data yang diinginkan, seorang peneliti tentunya harus bisa mendapatkan data-data dari berbagai sumber. Salah satu cara memperoleh informasi dari seseorang adalah dengan cara wawancara dan orang yang diwawancarai tersebut disebut dengan informan. Informan adalah sumber informasi, mereka sebagai seorang pembicara asli yang menggunakan bahasa mereka sendiri untuk

memberikan informasi, agar lebih dekat dengan kebudayaan mereka sehingga semua hal yang akan menghambat penemuan informasi akan dikesampingkan (Spradly, 1997:35). Untuk mendapatkan informan yang kompeten dengan masalah penelitian, peneliti menggunakan teknik purposive sampling (pemilihan informan secara sengaja) yaitu peneliti secara sengaja menetapkan kriteria tertentu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan atau karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian dan keadaan mereka diketahui oleh peneliti. Untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak terkait dengan topik penelitian ini, maka informan penelitian dibagi dalam dua kelompok, yaitu informan kunci dan informan biasa. Mayoritas pekerjaan informan merupakan profesi yang bergerak dibidang kreatif seperti barista, bisnis *coffee*, dan *chapter barbershop*.

Untuk memilih siapa yang tepat menjadi informan dalam penelitian ini, Peneliti memilih informan berdasarkan pertimbangan- pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang akan dipilih sebagai informan kunci dan informan biasa dalam melakukan penelitian ini adalah:

a). Informan Pelaku, merupakan orang-orang yang memiliki hubungan langsung dengan topik penelitian. Seperti contoh yaitu, orang yang memenuhi kategori sebagai skena seperti :

1. Gen Z yang memiliki interaksi yang kuat dengan komunitas skena.
2. Gen Z yang menerapkan gaya hidup skena minimal selama 1 tahun
3. Gen Z yang mengidentifikasikan dirinya sebagai skena

Tabel 1. 2
Informan Pelaku

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Komunitas
1.	Diva	Laki-laki	26 Tahun	Barista	InvasionCrew
2.	Farros Farhan	Laki-laki	24 Tahun	Mahasiswa	Jembatan Siti Nurbaya
3.	Sergio Alexander	Laki-laki	24 Tahun	Pengusaha	Jembatan Siti Nurbaya
4.	Shindy Lolita	Perempuan	22 Tahun	Mahasiswa DKV	Coffee Shop Karsa
5.	Sultan Hafiz	Laki-laki	23 Tahun	Mahasiswa FBS	Coffee Shop Karsa
6.	Raffel Ahmad	Laki-laki	25 Tahun	Barista	Coffee Shop Salejourn
7.	M. Daffa	Laki-laki	23 Tahun	Waiters & Barista	Coffee Shop Salejourn

b). Informan Pengamat adalah orang yang menguasai masalah dalam penelitian dan merupakan informan lanjutan. Informan pengamat merujuk pada individu yang memiliki pemahaman tentang isu penelitian dan berfungsi sebagai sumber informasi tambahan.

Tabel 1. 3
Informan Pengamat

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1.	Rahmad Andre	Laki-laki	26 Tahun	Pengusaha
2.	M. Hafiz Al Qarii	Laki-laki	23 Tahun	Barista

1.6.3 Data yang diambil

Menurut Afrizal (2016:17) pada penelitian kualitatif data yang diambil ialah berupa kata-kata (lisan atau tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia tanpa

adanya upaya untuk mengangkakan data yang telah diperoleh. Data yang diambil dalam penelitian terbagi atas dua jenis, yaitu:

1. Data Primer

Data Primer merupakan jenis informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti di lapangan melalui teknik pengumpulan seperti wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Melalui wawancara, peneliti memiliki ruang untuk mengeksplorasi lebih jauh dengan mengajukan pertanyaan lanjutan apabila jawaban awal dari informan dirasa belum cukup menjawab tujuan penelitian. Teknik ini digunakan dalam menggali fenomena skena sebagai sebuah bentuk subkultur di kalangan Gen Z di Kota Padang, agar peneliti mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual terkait dinamika sosial yang terjadi dalam komunitas tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan tanpa melalui proses pengumpulan langsung oleh peneliti. Sumber dari data ini meliputi media cetak serta kajian pustaka, yang mencakup penelaahan terhadap berbagai bahan tertulis seperti buku, skripsi, jurnal ilmiah, dan dokumen sejenis lainnya. Di samping itu, data sekunder juga bisa diperoleh dari media elektronik, seperti situs web, artikel online, jurnal digital, dan berbagai publikasi daring lainnya. Termasuk pula di dalamnya adalah hasil-hasil penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik penelitian yang sedang dilakukan.

1.6.4 Teknik dan Proses Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu cara-cara atau Teknik yang dapat dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data pada penelitian yang dilakukan. Terdapat tiga teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap kejadian di lapangan. Dalam teknik observasi, peneliti harus secara langsung melihat, mendengar, dan merasakan situasi atau kegiatan yang sedang berlangsung. (Afrizal, 2014).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara langsung dengan mendatangi beberapa tempat berkumpul dan coffee shop skena di Kota Padang. Pertama kali peneliti melakukan observasi pada tanggal 27 Maret 2024 di Workas Coffee and Eatery, disana peneliti menemukan cukup banyak orang berkumpul dengan kriteria-kriteria dasar yang dapat dikelompokkan sebagai skena. Peneliti mulai melakukan observasi pukul 23:00 sampai dengan 02:00, hal ini dikarenakan pada waktu tersebut Workas Coffee and Eatery mulai masuk waktu ramai pengunjung. Peneliti juga melakukan observasi di Salejourn pada tanggal 11 April 2024 pada pukul 13:00 sampai 17:00, dalam observasi tersebut peneliti menemukan bahwa mayoritas pengunjung merupakan anak sekolah, mahasiswa, dan karyawan yang sedang melakukan WFC (Work From Cafe), namun mayoritas pekerja seperti *barista*, *kitchen*, dan *waiters* memiliki kriteria yang dapat dikelompokkan sebagai skena.

Peneliti melakukan observasi ke-3 pada coffee shop KARSA yang berlokasi di Simpang Labor Air Tawar, lokasi ini sangat dekat dengan kampus UNP (Universitas Negeri Padang), disana peneliti menemukan cukup banyak mahasiswa yang menjadikan tempat tersebut sebagai tempat berkumpul dan mengerjakan tugas, beberapa kali peneliti menemukan sekumpulan mahasiswa dengan kriteria yang tergolong sebagai skena.

Pada observasi ke-4 peneliti mendatangi kembali coffee shop KARSA pada tanggal 22 april yang didampingi oleh teman peneliti dengan status mahasiswa aktif UNP Fakultas Bahasa dan Seni (FBS), dalam observasi ke-empat peneliti menemukan fakta bahwa mayoritas pengunjung dari coffeshop KARSA merupakan mahasiswa jurusan DKV, diwaktu yang bersamaan peneliti berkesempatan untuk berkenalan dengan salah satu narasumber yang bernama Shindy Lolita dengan status mahasiswa DKV UNP aktif angkatan 2020 sekaligus peneliti membuat janji untuk melaksanakan wawancara yang akan dilakukan pada tanggal 29 April 2024.

Observasi ke-lima peneliti memilih Lamuna Coffee yang berlokasi di Jl Bandung Ulak Karang untuk bertemu salah satu calon narasumber sekaligus berkenalan dengan beberapa teman dari narasumber tersebut, pada tahap observasi ke-5 peneliti berkesempatan duduk bersama oleh calon narasumber beserta teman-teman dari narasumber untuk berkenalan dan berbincang mengenai dunia dan perkembangan musik di Kota Padang.

Pada tanggal 8 Mei 2024, peneliti melakukan observasi ke salah satu coffeeshop yaitu Fore, Fore merupakan salah satu coffee shop berbasis franchise (mitra dan

investor berbagi laba penjualan) yang cukup terkenal dan memiliki harga jual sedikit lebih mahal dibandingkan standar harga menu di coffee shop yang ada di Kota Padang, dihari yang sama peneliti melakukan observasi ke Starbucks Padang yang berlokasi di Jl Jendral A Yani. Alasan peneliti mencoba untuk melakukan observasi di kedua Brand coffee shop ternama tersebut karena peneliti ingin mengetahui apakah para pelaku skena menjadikan brand coffee shop besar menjadi salah satu alternatif untuk berkumpul atau mereka lebih memilih coffee shop lokal yang ada di Kota Padang, temuan yang peneliti dapat adalah selama dua sampai tiga jam peneliti menunggu, peneliti tidak menemukan pengunjung yang memenuhi atau termasuk kedalam karakteristik sebagai pelaku skena.

Selama observasi dilakukan peneliti mendapatkan masukan dari teman dan narasumber untuk mencoba mendatangi coffee shop di Kota Padang yang memiliki waktu operasional 24 jam, mereka berpendapat bahwa kebanyakan para pelaku skena memilih coffee shop yang buka 24 jam karena mereka baru bisa berkumpul selepas pulang kerja. Sesuai saran dan masukan yang peneliti dapat, peneliti mencoba untuk melakukan observasi ke-7 di Kopi Paripurna & Roastery. Peneliti mulai melakukan observasi dari pukul 24:00 sampai 03:00. Dalam observasi ke-8 peneliti kembali mendatangi Kopi Paripurna & Roastery, observasi kali ini dilakukan pada sore hari sekitar pukul 15:00 sampai dengan 17:30. Alasan peneliti mendatangi tempat yang sama di jam yang berbeda adalah peneliti mencoba membuktikan bahwa apakah para pelaku skena lebih memilih berkumpul di malam hari dibandingkan saat siang atau sore hari, fakta yang peneliti dapatkan adalah pada observasi ke-7 Kopi Paripurna & Roastery lebih ramai pengunjung

dibandingkan observasi ke-8, artinya fakta yang didapatkan adalah beberapa perkumpulan skena lebih memilih berkumpul di malam hari.

Selanjutnya peneliti mencoba melakukan observasi ke-9 dengan pola yang sama seperti pada observasi ke-7 dan ke-8, dalam observasi ke-9 peneliti memilih Toko Kopi Kita (24 jam), observasi dimulai pada pukul 23:00 sampai dengan 03:00, peneliti menemukan pada pukul yang telah disebutkan Toko Kopi Kita dalam keadaan ramai pengunjung, peneliti juga menemukan beberapa orang dan kelompok yang datang termasuk kedalam kriteria-kriteria yang dapat digolongkan sebagai pelaku skena. Pada observasi ke-10 peneliti kembali mendatangi Toko Kopi Kita pada pukul 12:30 sampai dengan 15:00, peneliti menemukan perbedaan pengunjung jika dibandingkan dengan observasi ke-9, pada observasi ke-10 ini peneliti lebih banyak menemukan mahasiswa ataupun pekerja kantoran yang lebih sering datang dibandingkan dengan target observasi yang peneliti harapkan. Dari observasi ke-9 dan ke-10 peneliti kembali mendapatkan fakta bahwa pelaku skena lebih banyak terlihat pada waktu malam hari dibandingkan siang atau sore hari.

Sementara itu, observasi non-partisipatif dilakukan dengan cara mengamati lingkungan dari kejauhan tanpa terlibat langsung. Teknik ini digunakan untuk melihat pola aktivitas skena tanpa mendatangi tempat atau menjadi pelaku secara langsung.

Peneliti mencoba untuk mengeksplorasi beberapa web mengenai istilah skena dan perkembangannya di Indonesia, salah satu web yang cukup menjelaskan adalah Narasi.Tv yang memuat artikel dengan judul “*Apa Itu Skena Dalam Bahasa Gaul?*”

Kenali Definisinya Biar Tidak Asal Sebut” yang ditulis oleh Rusti Dian, dalam artikel ini terdapat beberapa penjelasan dan arti dari skena. Artikel ini menyatakan bahwa skena tidak dapat ditemukan di KBBI karena skena bukan kata baku, skena sendiri merupakan bahasa gaul yang diambil dari kata *scene* dari bahasa Inggris yang berkaitan dengan komunitas seni yang tidak biasa. Dari artikel tersebut peneliti menemukan beberapa rekomendasi *Content Creator Tik-tok* yang cukup aktif dalam membahas skena seperti, Sastra Silalahi, dalam kontennya yang diunggah pada tanggal 28 Januari 2023 dengan judul “Si PALING Polisi Skena” terdapat satu orang yang sedang mengenakan kaos band *Slank*, lalu Sastra Silalahi datang untuk menantang seseorang tersebut untuk menyebutkan 3 lagu dari *Slank*, namun orang tersebut hanya mengetahui satu lagu dari band *Slank* itu sendiri lalu Sastra Silalahi memberikan *statement* bahwa kalau mau pakai kaos band minimal harus mengetahui tiga judul lagu dari band itu sendiri, ini hanyalah konten parodi untuk menyentil beberapa oknum dari pelaku skena yang membuat batasan ataupun standar seberapa skena seseorang. Lalu pada konten Sastra Silalahi yang selanjutnya yang diunggah pada tanggal 2 Agustus 2023 yang berjudul “Konsultasi Skena” dalam konten ini menggambarkan bahwa ada seseorang yang ingin konsultasi dengan pakaian yang ia gunakan, lalu Sastra Silalahi menilai pakaian yang digunakan oleh orang tersebut kurang skena dan memberikan beberapa referensi berpakaian seperti baju *Oversize* dan sepatu Docmart. Selanjutnya konten dari Ilham Ramdana yang diunggah pada tanggal 12 Agustus 2023, dalam kontennya Ilham Ramdana menjelaskan bahwa skena merupakan suatu *circle* atau kultur lingkungan yang memungkinkan penikmat musik bisa bertermu dan

berbincang-bincang dengan musisinya. Ilham Ramdana juga menjelaskan apabila seseorang berkumpul dengan kelompok pecinta musik indie maka dapat dikatakan sebagai skena indie dan apabila seseorang berkumpul dengan kelompok punk maka dapat dikatakan skena punk.

Selain itu peneliti juga melakukan eksplorasi beberapa akun *Instagram* yang memberikan informasi terkait konser di Kota Padang salah satunya yaitu *@padangconcert* dengan pengikut sebanyak 13,7 K (Tiga Belas Ribu Tujuh Ratus), Peneliti juga melakukan eksplorasi di internet jumlah konser di Kota Padang baik yang telah dilaksanakan ataupun yang akan dilaksanakan.

Observasi dilakukan di beberapa lokasi yang dikenal sebagai pusat kegiatan skena di Kota Padang. Beberapa tempat utama yang menjadi fokus observasi antara lain:

- A. Kafe dan Tempat Nongkrong: Workas Coffe and Eatery, Salejourn Caffee and Space, KARSA, Toko Kopi Kita, Lamuna Coffee dan Kopi Paripurna Roastery yang menjadi tempat berkumpulnya komunitas skena, terutama dalam diskusi seni.
- B. Media Sosial dan Platform Digital: Selain observasi langsung, eksplorasi dilakukan di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok, di mana banyak anak muda Padang yang aktif membagikan kegiatan skena mereka.

2. Wawancara Mendalam

Peneliti melakukan wawancara secara bertahap selama periode observasi. Jadwal wawancara disesuaikan dengan ketersediaan informan, wawancara dilakukan pada waktu yang dianggap nyaman bagi informan, seperti saat mereka

bersantai di tempat nongkrong favorit mereka. Wawancara dilakukan dengan metode semi-terstruktur, di mana peneliti telah menyusun dan menggunakan pedoman wawancara atau pertanyaan yang fleksibel dan dapat berkembang sesuai dengan respon informan. Metode ini memungkinkan adanya fakta ataupun informasi lebih dalam terkait pengalaman dan pandangan mereka terhadap fenomena skena. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memahami secara lebih mendalam pengalaman, motivasi, dan pandangan Gen Z terhadap skena di Kota Padang.

Peneliti melakukan wawancara sebanyak 8 kali, pada wawancara pertama peneliti melakukan wawancara di Salejourn Caffe and Space, peneliti mewawancarai narasumber yang bernama Raffel Ahmad yang bekerja sebagai barista dan pelayan di *cafe* tersebut, dilanjutkan dengan wawancara ke-2 yang dilakukan di Lamuna Coffee yang ada di Jl Bandung Ulak Karang, peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang bernama Diva yang bekerja sebagai barista di *cafe* tersebut sekaligus salah satu penggerak dari suatu band *Invasioncrew*.

Pada wawancara ke-3 peneliti melakukan wawancara kembali di Salejourn Caffe and Space dengan narasumber yang berbeda yaitu M.Daffa yang bekerja sebagai barista dan pelayan di *cafe* tersebut, Pada wawancara ke-4 Peneliti mencoba untuk wawancara kembali dengan Raffel Ahmad yang berlokasi di Jembatan Siti Nurbaya dengan tujuan melengkapi dan menanyakan beberapa hal yang bersangkutan dengan penelitian.

Pada wawancara ke-5 peneliti membuat janji dengan narasumber yang bernama Sultan Hafiz, wawancara dilakukan di KARSA di daerah Air Tawar, pada wawancara ke-5 ini peneliti mendapatkan narasumber baru sekaligus teman dari Sultan Hafiz yaitu Shindy Lolita yang berstatus sebagai mahasiswa DKV UNP. Pada wawancara ke-5 ini peneliti langsung mewawancarai dua narasumber yaitu Sultan Hafiz dan Shindy Lolita.

Pada wawancara ke-6 peneliti kembali melakukan wawancara dua narasumber di hari yang sama, wawancara dilakukan di daerah Jembatan Sitinurbaya dengan Farros Farhan dan Sergio Alexander, kedua narasumber ini memang sering mengunjungi Jembatan Sitinurbaya untuk berkumpul.

Dilanjutkan dengan wawancara ke-7 peneliti melakukan wawancara dengan 2 informan pengamat yaitu Rahmad Andre dan M. Hafiz Al'Qarii. Wawancara dilakukan di Kopi Paripurna & Roastery. Wawancara terjadi secara spontan dan tidak dijanjikan terlebih dahulu. Kedua informan tersebut merupakan teman dari peneliti yang cukup peka dengan perkembangan tren yang ada pada saat ini.

Peneliti kembali melakukan wawancara kepada semua informan pelaku hal ini dilakukan untuk memenuhi dan mendapatkan pandangan para informan mengenai beberapa hal terkait skena, wawancara dilakukan melalui dua cara, yaitu daring melalui zoom dan luring dengan membuat janji bertemu.

Kesulitan selama melakukan wawancara adalah ketersediaan waktu informan dan mencocokkan jadwal untuk bertemu dengan informan untuk melakukan wawancara ulang apa bila ada informasi yang masih kurang jelas dan lengkap.

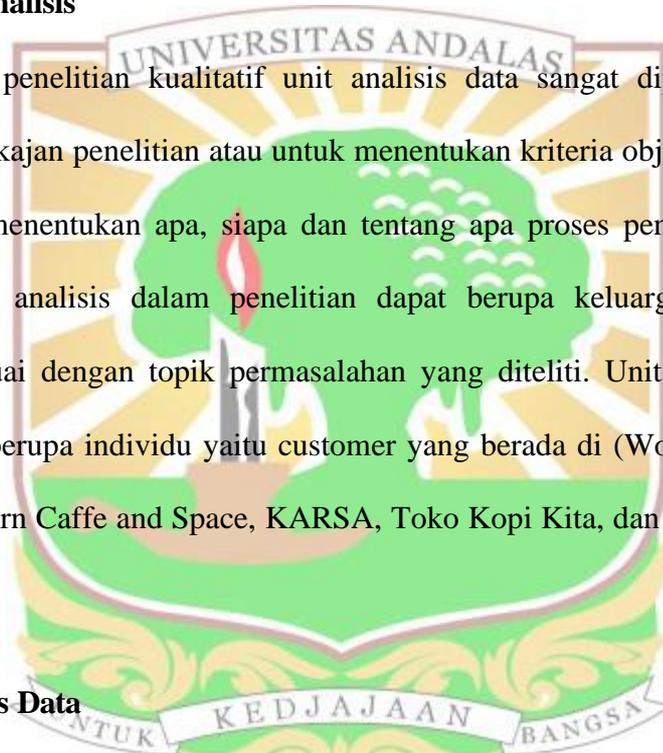
Kesulitan lainnya adalah ada beberapa informan yang merasa beberapa pertanyaan yang diajukan oleh peneliti bersifat sensitif sehingga informan memilih untuk tidak menjawab beberapa pertanyaan tersebut. Hal ini dikarenakan kata skena yang multi tafsir artinya, skena tidak hanya sebatas istilah gaul saat ini skena dijadikan kata untuk mencemoeh atau dianggap ejekan bagi sebagian orang sehingga ada pula narasumber yang tidak ingin mengklaim bahwa dirinya adalah pelaku skena itu sendiri.

1.6.5 Unit Analisis

Dalam penelitian kualitatif unit analisis data sangat diperlukan untuk memfokuskan kajian penelitian atau untuk menentukan kriteria objek yang diteliti. Unit analisis menentukan apa, siapa dan tentang apa proses pengumpulan data terfokus. Unit analisis dalam penelitian dapat berupa keluarga, perusahaan, organisasi sesuai dengan topik permasalahan yang diteliti. Unit analisis dalam penelitian ini berupa individu yaitu customer yang berada di (Workas Coffe and Eatery, Salejourn Caffé and Space, KARSA, Toko Kopi Kita, dan Kopi Paripurna & Roastery)

1.6.6 Analisis Data

Analisis data didefinisikan sebagai suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan keseluruhan dan data yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan klasifikasi atau tipologi (Afrizal, 2014, hal. 175–176) Dalam menganalisis data, peneliti menentukan data penting menginterpretasikan



mengelompokkan ke dalam kelompok-kelompok tersebut. Analisis data yang digunakan peneliti pada penelitian ini sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan merangkum, berarti memilih hal pokok, fokus kepada hal-hal yang penting serta dicari tema dan polanya karena data yang didapatkan di lapangan jumlahnya cukup banyak sehingga perlu untuk dicatat secara rinci. Hal ini tentu saja membutuhkan reduksi data untuk menganalisis data yang diperoleh, dengan demikian data yang telah direduksi akan lebih jelas memberikan gambaran serta mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan sebelumnya. Proses berpikir dalam reduksi data membutuhkan kecerdasan, keuletakan, dan kedalaman wawasan yang tinggi.

b. Tahap Penyajian Data (*Display Data*)

Tahap penyajian data merupakan tahap lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan (Afrizal 2014). Dalam hal ini Miles dan Huberman menganjurkan untuk menggunakan matriks dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian karena dianggap lebih efektif dibandingkan dengan naratif. Melalui penyajian data ini, peneliti dapat dengan mudah melihat hasil catatan lapangannya dan mempermudah dalam penarikan kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan (verifikasi)

Sejak awal penelitian tujuan dari peneliti melakukan analisis data adalah untuk mendapatkan kesimpulan agar mengetahui makna dari informasi yang didapatkan. Dalam tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data dari suatu

wawancara atau sebuah dokumen di lapangan (Afrizal 2014). Setelah menarik kesimpulan peneliti kemudian mengecek kembali keabsahan interpretasi dengan mengecek ulang kodifikasi dan penyajian data pada tahap yang dilakukan sebelumnya agar tidak terjadi kesalahan dalam analisis data.

1.6.7 Definisi Operasional

1. Sub Kultur : Sub kultur diartikan sebagai sekeumpulan individu yang memiliki atau menciptakan suatu budaya yang berbeda atau keluar dari budaya yang telah hidup di masyarakat.
2. Fenomena Skena :Skena secara umum diartikan sebagai kumpulan individu yang diidentikan dengan pecinta musik *underground* atau musik yang sifatnya bebas dan menentang.

1.6.8 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian yaitu dimana tempat penelitian akan dilakukan. Lokasi penelitian juga dapat diartikan sebagai setting atau konteks suatu penelitian (Afrizal, 2014, hal. 128). Bukan hanya berpatokan kepada wilayah saja, lokasi penelitian melainkan juga bisa lembaga organisasi dan sebagainya. Peneliti melakukan penelitian di lokasi-lokasi yang telah ditentukan dari awal sehingga penelitian ini dilakukan di (Workas Coffe and Eatery, Salejour Caffe and Space, Toko Kopi Kita, Paliospiti, Kopi Paripurna & Roastery, KARSA, dan Lamuna Coffee).

1.6.9 Jadwal Penelitian.

Penelitian ini akan dilaksanakan dari bulan Februari 2024 sampai dengan bulan Mei 2025, untuk penjelasan yang lebih detail akan disertakan rancangan tabel jadwal penelitian seperti dibawah ini :

Tabel 1. 4
Rancangan Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	2024				2025		
		Februari	Maret	April	Mei-Des	Jan-Mar	Mei-Juli	Agustus
1.	Seminar Proposal							
2.	Menyusun Instrumen Penelitian							
3.	Pengumpulan Data							
4.	Analisis Data							
5.	Penulisan Laporan Dan Bimbingan							
6.	Ujian Skripsi							

