

## Konstruksi Gaya Hidup Skena Kalcer di Kalangan Remaja Kota Padang

Muhammad Reza Kurnia<sup>1</sup>, Delmira Syafrini<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Negeri Padang

\*Corresponding author, e-mail: [delmirasyafrini@fis.unp.ac.id](mailto:delmirasyafrini@fis.unp.ac.id)

### Abstrak

Artikel ini tentang fenomena *skena kalcer* sebagai bentuk ekspresi diri dan identitas baru di kalangan remaja urban, khususnya di Kota Padang. Gaya hidup ini tidak hanya mencakup aspek fashion dan musik, tetapi juga menjadi media untuk pembentukan identitas sosial dan pencarian pengakuan di lingkungan sebaya. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana konstruksi gaya hidup *skena kalcer* terbentuk dengan menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus, teknik snowball, dan melibatkan 10 informan remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi gaya hidup *skena kalcer* berlangsung melalui tiga tahapan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Eksternalisasi tampak melalui ekspresi remaja dalam fashion, musik, dan aktivitas nongkrong di *coffee shop*, objektivasi muncul ketika simbol-simbol tersebut diterima sebagai ciri khas *anak skena kalcer*; dan internalisasi terjadi ketika nilai-nilai *skena kalcer* melekat sebagai bagian dari identitas diri. Temuan ini memperlihatkan dinamika sosial dan kultural remaja dalam membangun identitas di tengah budaya populer dan media digital.

**Kata Kunci:** Gaya hidup remaja; Identitas; Konstruksi sosial; Skena kalcer; Subkultur.

### Abstract

This article discusses the phenomenon of the kalcer lifestyle as a form of self-expression and new identity among urban adolescents, particularly in Padang City. This lifestyle encompasses not only fashion and music but also serves as a medium for social identity formation and peer recognition. This study aims to analyze how the kalcer lifestyle is constructed using Peter L. Berger and Thomas Luckmann's social construction theory. The approach used is qualitative with a case study method, snowball technique, and involving 10 adolescent informants. The results show that the construction of the kalcer lifestyle occurs through three stages: externalization, objectivation, and internalization. Externalization is seen through adolescents' expressions in fashion, music, and hangouts in coffee shops. Objectivation occurs when these symbols are accepted as characteristics of kalcer children and internalization occurs when kalcer values are embedded as part of self-identity. These findings demonstrate the social and cultural dynamics of adolescents in constructing identity amidst popular culture and digital media.

**Keywords:** Kalcer scene, Teenage lifestyle, Social construction, Identity, Subculture.

**How to Cite:** Kurnia, M. R. & Syafrini, D. (2026). Konstruksi Gaya Hidup Skena Kalcer di Kalangan Remaja Kota Padang. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 9(1), 228-239.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2026 by author.

---

## Pendahuluan

Perkembangan budaya populer di Indonesia telah membawa pengaruh besar terhadap gaya hidup remaja di berbagai kota, termasuk Kota Padang (Yose & Ikhwan, 2022). Remaja sebagai kelompok sosial berada pada fase pencarian identitas diri, di mana mereka kerap menjadikan budaya populer sebagai media untuk mengekspresikan diri dan memperoleh pengakuan sosial (Aini et al., 2024). Salah satu wujud nyata dari fenomena tersebut ialah kemunculan *skena kalcer*, yang merupakan gabungan dari kata *scene* dan *culture* yang menjadi bagian dari subkultur anak muda dan mencerminkan tren gaya hidup kekinian. Istilah *skena* awalnya digunakan untuk menggambarkan komunitas musik independen atau *underground* yang berkembang sejak awal 2000-an. Namun, dalam konteks budaya populer saat ini, *skena* tidak lagi hanya terbatas pada dunia musik, melainkan mencakup gaya berpakaian, perilaku sosial, hingga pola konsumsi budaya (Rahmawati, 2023). Sementara itu, istilah *kalcer* sebagai plesetan dari *culture* mengacu pada gaya hidup yang mengikuti tren dan arus budaya populer di media sosial (Aloha, 2023).

Di Kota Padang, fenomena *skena kalcer* semakin tampak dalam aktifitas remaja yang memanfaatkan *coffee shop*, ruang kreatif, dan acara musik sebagai ruang ekspresi identitas dan gaya hidup. Mereka memakai cara khusus dalam hal nongkrong, serta gaya tertentu sebagai simbol kekinian. Dalam kerangka sosiologis, gaya hidup seperti ini mencerminkan pembentukan *taste* yang dipengaruhi struktur sosial. Menurut Bourdieu (1984), gaya hidup merupakan bentuk ekspresi dari *taste* atau selera yang dikonstruksi secara sosial dan mencerminkan posisi seseorang dalam struktur sosial. Dengan demikian, gaya hidup *skena kalcer* dapat dilihat sebagai bentuk *distinction* yang menandai perbedaan antara kelompok remaja satu dengan yang lain (Irwanti, 2017).

Dalam berbagai penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Putri, Amirudin, dan Purnomo, telah dikaji bagaimana konstruksi gaya hidup terkait dengan fenomena Korean Wave dalam konteks fanatisme dan gaya hidup Generasi Z. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa terdapat empat komponen utama yang menjadi faktor mengapa Generasi Z begitu terikat secara fanatik dengan Korean Wave. Komponen tersebut adalah pertama, kekaguman dan ketertarikan yang tinggi. kedua, kecanduan. ketiga, perasaan keinginan yang kuat dan keempat, kesetiaan yang mendalam (Amaliantami Putri & Hadi, 2019). Penelitian lain yang dilakukan oleh Agustiningasih mengkaji Konstruksi gaya hidup melalui musik sebagai produk budaya populer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua tahapan utama dalam proses konstruksi gaya hidup melalui musik sebagai budaya populer. Tahapan pertama adalah tahap eksternalisasi, yang berkaitan dengan bagaimana dunia sosial dan budaya masyarakat mempengaruhi gaya hidup. Pada tahap ini, musik sebagai produk budaya populer mulai dibentuk dan dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial serta norma-norma budaya yang berlaku dalam masyarakat. Tahapan kedua adalah tahap objektivitas, dimana produk sosial, seperti musik, menjadi bagian dari dunia intersubjektif masyarakat yang telah dilembagakan. Pada tahap ini, musik tidak lagi hanya menjadi bagian dari ekspresi individu, tetapi juga diakui dan diterima secara luas sebagai bagian dari budaya yang sudah mapan dalam masyarakat (Agustiningasih, 2018). Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Sulistianti, Sugiarta dalam Konstruksi sosial konsumen online shop di media sosial TikTok (Studi Fenomenologi tentang konstruksi sosial konsumen generasi z pada online shop Smile Goddess di media sosial TikTok) dengan hasil penelitian yaitu proses konstruksi sosial konsumen generasi Z pada online shop di Tiktok ditentukan oleh pemikiran dari pengguna media sosial tersebut (Sulistianti & Sugiarta, 2022).

Kehadiran media sosial juga memperkuat konstruksi ini. Beberapa penelitian empiris menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup remaja. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Achmad et al (2023) di Kota Bandung, menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup remaja dengan kontribusi perubahan gaya hidup sebesar 43% (Achmad et al., 2023). Penelitian lain menemukan bahwa di era media sosial, gaya hidup remaja banyak mengalami perubahan mulai dari pola komunikasi menjadi lebih cepat dan instan, perubahan gaya berpakaian yang mengikuti tren digital, hingga pola konsumsi dan aktifitas waktu luang yang dipengaruhi oleh konten daring (Rahmat & Rizki, 2025).

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sama sama membahas mengenai konstruksi gaya hidup, namun terdapat berbagai perbedaan pada setiap penelitian seperti perbedaan topik, objek ataupun fokus penelitian, yang dimana pada penelitian terdahulu itu membahas mengenai konstruksi gaya hidup dalam budaya musik populer, korean wave dan *online shop* (Arbina et al., 2024). Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji konstruksi sosial gaya hidup dalam konteks budaya populer, hingga kini belum ada penelitian yang secara khusus mengangkat tema mengenai *skena*, terutama dalam melihat bagaimana konstruksi gaya hidup *skena kalcer* di kalangan remaja. Penelitian ini akan menjadi yang pertama untuk mengeksplorasi fenomena tersebut, memberikan wawasan baru tentang dinamika sosial dan budaya dalam subkultur ini (Sofyan, 2019). Namun, dalam realitasnya tidak semua remaja yang terlibat dalam gaya hidup *skena kalcer* benar-benar memahami nilai-nilai subkultural yang melandasinya. Sebagian remaja hanya

---

meniru gaya berpakaian dan perilaku anak *skena kalcer* tanpa memahami makna di baliknya. Kondisi ini menimbulkan pergeseran makna dalam *skena kalcer* dari semangat independensi dan ekspresi diri menjadi ajang pencitraan sosial.

Penelitian ini memakai teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann untuk memahami bagaimana gaya hidup *skena kalcer* terbentuk. Dalam pandangan mereka, realitas dikonstruksi melalui tindakan manusia, melalui tiga tahap: eksternalisasi (ekspresi diri dalam tindakan), objektivasi (tindakan menjadi kenyataan sosial), dan internalisasi (kenyataan tersebut diterima sebagai bagian dari diri) (Berger & Luckmann, 2018). Melalui kerangka ini, gaya hidup *skena kalcer* dipahami sebagai realitas sosial yang dibentuk lewat praktik sehari-hari di ruang nongkrong, *coffee shop*, ruang kreatif, dan media sosial. Penelitian ini mengisi kekosongan kajian tentang *skena kalcer* di wilayah Indonesia bagian barat, khususnya Kota Padang, dengan tujuan menganalisis proses konstruksi sosial yang membentuk gaya hidup tersebut di kalangan remaja.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus deskriptif. Hal ini dilatarbelakangi untuk memahami secara mendalam konstruksi gaya hidup *skena kalcer* di Kota Padang. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menghasilkan data yang bersifat makna, interpretatif, dan tidak diukur secara statistik, serta dilakukan dalam kondisi alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama (Sugiyono, 2017). Studi kasus deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena sosial secara detail pada konteks kehidupan remaja yang terlibat dalam gaya hidup *skena kalcer* (Humaida & Hidayat, 2023). Lokasi penelitian ditetapkan di beberapa *coffee shop* dan industri kreatif di Kecamatan Padang Barat dan Padang Timur, Kota Padang. Kedua lokasi ini merupakan ruang sosial yang menjadi ruang interaksi remaja yang terlibat dalam gaya hidup *skena kalcer*, baik itu mahasiswa maupun remaja yang bekerja di sektor nonformal, sehingga relevan untuk mengamati pembentukan gaya hidup dalam lingkungan tersebut. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *snowball sampling*, yaitu penentuan informan melalui jaringan sosial yang saling terhubung untuk menemukan subjek yang memahami fenomena secara mendalam (Nurdiani, 2014). Informan dalam penelitian ini terdiri dari remaja yang aktif atau terlibat dalam *skena kalcer* serta pihak yang memahami dinamika pergerakan gaya hidup atau subkultur tersebut.

Data yang diperoleh terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi partisipatif terhadap aktivitas anak *skena kalcer* di lokasi penelitian untuk memahami pola interaksi dan praktik gaya hidup mereka (Kusumastuti & Khoiron Mustamil, 2019). serta wawancara mendalam (*in-depth interview*) untuk menggali pandangan, motivasi, dan pengalaman informan dalam membangun identitas *skena* (Kholifah & Suyadnya, 2018). Selain itu, dokumentasi berupa foto, unggahan media sosial, dan arsip lainnya turut dikumpulkan sebagai data pendukung (Sugiyono, 2017). Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Artinya, data ini tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melainkan dari sumber yang telah ada sebelumnya, seperti melalui buku, jurnal ilmiah, artikel berita, dan sumber terpercaya lainnya yang relevan dengan tema peneliti (Sulung, 2024). Keabsahan data diuji dengan teknik triangulasi, yang meliputi triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi waktu, sehingga informasi yang diperoleh dapat dibandingkan, diuji konsistensinya, dan dipastikan validitasnya (Mekarisce, 2020). Triangulasi waktu dilakukan dengan penyesuaian momen wawancara untuk melihat kesesuaian jawaban informan dalam situasi yang berbeda (Alfansyur & Mariyani, 2020).

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahapan proses, yaitu reduksi data, yakni penyaringan dan pemilihan informasi penting sesuai fokus penelitian, penyajian data, yaitu pengorganisasian data dalam bentuk narasi untuk memudahkan interpretasi, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu menarik makna dan interpretasi dari data yang telah diolah sambil memastikan kembali keandalannya (Almanshur, 2016). Dengan proses tersebut, penelitian ini berupaya menghasilkan pemahaman mendalam mengenai bagaimana remaja di Kota Padang mengonstruksi gaya hidup *skena kalcer* sebagai bentuk ekspresi diri dan identitas sosial dalam ruang sosial perkotaan.

## Hasil dan Pembahasan

*Skena kalcer* di Kota Padang berkembang sejak awal 2000-an sebagai bentuk ekspresi anak muda terhadap arus globalisasi dan urbanisasi, memadukan budaya lokal Minangkabau dengan elemen musik, seni rupa, mode, dan gaya hidup independen yang melahirkan komunitas kreatif seperti musisi indie, skateboarder, dan kolektif seni yang menegaskan identitas kultural khas pesisir barat Sumatera (Dusa, 2024). Gaya hidup *skena kalcer* di kalangan remaja Kota Padang merupakan hasil dari proses konstruksi sosial yang

berlangsung melalui tiga tahap sebagaimana dijelaskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi (Berger & Luckmann, 1966). Pada tahap eksternalisasi, remaja mengekspresikan identitas dirinya melalui fashion, musik, dan aktivitas nongkrong di ruang-ruang kreatif seperti *coffee shop* dan media sosial, yang menjadi sarana utama pembentukan citra diri. Pada tahap objektivasi, simbol-simbol seperti celana gombrong, kaos boxy cut, sepatu trendi, dan kebiasaan menghadiri gigs diakui secara kolektif sebagai ciri khas anak *skena*, sehingga membentuk realitas sosial yang diakui bersama.

Sementara itu, pada tahap internalisasi, nilai-nilai dan simbol-simbol *skena kalcer* dihayati oleh remaja sebagai bagian dari jati diri dan identitas sosial mereka (Putra & Irwansyah, 2021). Penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat perbedaan makna antara remaja yang benar-benar menginternalisasi nilai-nilai *skena kalcer* dengan mereka yang hanya mengikuti tren untuk memperoleh pengakuan sosial. Bagi kelompok pertama, *skena kalcer* merupakan ruang ekspresi diri, kreativitas, dan solidaritas sosial; sedangkan bagi kelompok kedua, ia hanya sebatas gaya visual dan status sosial (Aloha, 2023). Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa *skena kalcer* di Kota Padang merupakan fenomena budaya yang cair dan fleksibel, yang tidak hanya dipengaruhi oleh budaya global, tetapi juga oleh konteks lokal, dan berperan penting dalam pembentukan identitas, rasa percaya diri, serta jaringan sosial remaja urban masa kini (Sanita, 2023).

### Proses Pengenalan dan Penyesuaian Diri dengan Gaya Hidup *Skena Kalcer*

Proses pengenalan dan penyesuaian diri terhadap *skena kalcer* terlihat ketika responden mendapatkan pengetahuan dari lingkungan kerja, tempat nongkrong, dan media sosial. Melalui interaksi dengan teman sebaya, pengamatan tren fashion, serta paparan konten daring, mereka mulai memahami nilai, simbol, dan estetika khas *skena kalcer*. Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram atau Pinterest menjadi ruang penting bagi remaja untuk mengeksplorasi gaya dan membangun identitas sosial (Ramadhan & Iman, 2021). Proses ini tidak sekadar mengadopsi fashion atau aktivitas khas *skena*, tetapi juga bagian dari pencarian identitas diri, di mana gaya hidup dan pilihan fashion menjadi sarana ekspresi dan pembentukan identitas sosial remaja (Fadilah et al., 2024).

Mereka merespons hal tersebut sebagai sesuatu yang baru dan menarik, lalu mengekspresikannya dalam kehidupan sehari-hari sebagai bagian dari diri mereka sendiri. Dalam beberapa kasus, media sosial berperan besar dalam membentuk persepsi diri dan citra sosial remaja cenderung menyerap gaya, norma, dan estetika dari platform daring sebagai referensi identitas termasuk peer influence dan representasi subkultural (Sakti & Yulianto, 2018). Dengan demikian, gaya hidup *skena kalcer* menjadi ruang bagi responden untuk menegaskan eksistensi dan mengekspresikan kebebasan diri di tengah arus budaya populer yang terus berubah bukan sekadar mengikuti tren, tetapi sebagai bagian dari konstruksi identitas sosial. Hal tersebut sebagaimana yang diungkapkan oleh informan Ahmad al ilhan (23 tahun) yang mengatakan:

“...Saya mulai mengenal gaya hidup *skena kalcer* sejak tahun 2024 melalui media sosial, khususnya TikTok. Inspirasi gaya biasanya saya dapat dari media sosial dan lingkungan nongkrong. Elemen penting dalam gaya hidup ini menurut saya adalah fashion dan pengaruh media sosial. Saya mengikuti tren yang viral, tapi tetap mempertimbangkan apakah cocok dan nyaman bagi diri saya sebelum mengikutinya...” (Wawancara 30 Juli 2025).

Dari hasil wawancara informan tersebut terlihat bahwa informan memiliki pengalaman awal dalam mengenal gaya hidup *skena kalcer*, yaitu melalui media sosial, khususnya TikTok. Media sosial menjadi ruang pertama yang memperkenalkan pada konten-konten yang menampilkan ciri khas *skena kalcer*, seperti fashion, musik, dan lingkungan nongkrong. Informan pertama mulai mengenal gaya hidup *skena kalcer* sejak tahun 2024. Hal senada juga di sampaikan oleh informan Zacky Azuri (22 tahun) yang menyatakan bahwa awal mula mengenal dan terinspirasi dengan gaya hidup *skena kalcer* adalah melalui media sosial TikTok dan Instagram pada tahun 2025, sehingga media sosial, fashion, dan musik menjadi hal yang paling penting dalam gaya hidup *skena kalcer*. ia juga sering mengikuti trend yang sedang viral (wawancara 2 Agustus 2025).

Informan kedua mulai mengenal *skena kalcer* pada 2025 melalui TikTok dan Instagram, menjadikan media sosial sebagai sumber utama inspirasinya. Informan pertama juga terpengaruh media sosial, tetapi bersikap selektif dan hanya mengikuti tren yang sesuai dengan kenyamanan serta identitas diri, termasuk menyesuaikan inspirasi dari lingkungan nongkrong. Berbeda dari itu, informan kedua menganggap fashion, musik, dan media sosial sebagai satu kesatuan, sehingga mengikuti tren viral penting untuk menjaga relevansi. Secara keseluruhan, media sosial memiliki peran besar dalam membentuk gaya hidup *skena kalcer*, namun kedua informan meresponsnya secara berbeda (Yasin, 2016).

Secara umum, informan menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam membentuk pemahaman dan ekspresi gaya hidup *skena kalcer*. Namun, perbedaannya terletak pada cara mereka merespons pengaruh tersebut. Informan pertama lebih berhati-hati dan memilih tren yang cocok, sedangkan informan kedua lebih terbuka dan cenderung mengikuti arus tren yang sedang populer. Hal ini menunjukkan

---

adanya variasi dalam cara individu menafsirkan dan menghidupi gaya hidup *skena kalcer* sesuai dengan pandangan dan kepribadian masing-masing. Di lain pihak, informan Cindy Permata Sari (24 tahun) mengatakan:

“...Saya mulai mengenal gaya hidup *skena kalcer* sejak bekerja sebagai barista pada tahun 2021 di sebuah *coffee shop*. Dari situ, saya tertarik dengan gaya fashion anak-anak *skena kalcer* dan mulai beradaptasi dengan menambahkan referensi dari musik atau band favorit, seperti metal dan punk. Gaya yang saya pakai sekarang merupakan hasil adaptasi dari musik yang saya dengarkan. Menurut saya, musik dan fashion adalah hal terpenting dalam gaya hidup ini, karena dari fashion bisa terlihat kepribadian dan selera musik seseorang. Tren viral memang menarik, tapi tidak semuanya cocok untuk diikuti...”(wawancara 13 September 2025).

Dari hasil wawancara terlihat Informan mulai mengenal gaya hidup *skena kalcer* melalui pengalaman kerja sebagai barista sebuah ruang sosial tempat interaksi dengan budaya nongkrong anak muda yang menjadi pintu masuk untuk mengenal fashion, musik, dan pergaulan khas *skena* tersebut. Adaptasi gaya fashion yang ia lakukan, terpengaruh oleh musik favorit seperti metal dan punk, menunjukkan bahwa fashion semacam itu dipahami sebagai wujud ekspresi identitas dan gaya hidup subkultur (Ferdianto & Lestari, 2021). Ia juga menyampaikan bahwa meskipun tren viral menarik, ia tetap selektif dan hanya mengadopsi gaya yang cocok dengan dirinya, menunjukkan bahwa konstruksi gaya hidup *skena kalcer* yang ia miliki bukan sekadar imitasi, tetapi hasil pemaknaan pribadi berdasarkan preferensi musik dan nilai personal (Karim, 2021). Hal senada juga diungkapkan oleh informan Neneng Fajriani (24 tahun) yang menyatakan bahwa ia mulai mengenal gaya hidup *skena kalcer* sejak bekerja sebagai barista pada tahun 2019, di mana lingkungan kerja yang dekat dengan budaya nongkrong anak muda membuatnya tertarik pada gaya berpakaian, musik, dan pergaulan khas *skena* tersebut. Ia menjelaskan bahwa inspirasi terbesarnya berasal dari media sosial, terutama dari influencer OOTD yang menampilkan gaya fashion anak *skena*. Meskipun demikian, ia mengaku tidak selalu mengikuti tren yang viral dan tetap menyesuaikannya dengan kenyamanan serta karakter pribadi (Wawancara 2 Agustus 2025).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kedua informan mengenal gaya hidup *skena kalcer* melalui pekerjaan sebagai barista yang dekat dengan budaya nongkrong. Musik menjadi sumber inspirasi, sementara fashion digunakan untuk mengekspresikan identitas. Informan kedua menilai gaya mereka banyak dipengaruhi genre seperti metal dan punk. Media sosial juga menjadi rujukan penting dalam hal *fashion* (Ramadhani & Rosa, 2024). meski mereka hanya mengikuti tren yang dianggap sesuai. Secara keseluruhan, gaya hidup *skena kalcer* terbentuk melalui pengaruh lingkungan kerja, musik, dan media sosial.

### **Penerapan Gaya Hidup Melalui Aktifitas**

Dalam penerapan gaya hidup, responden menunjukkan peranan dirinya sebagai remaja yang terlibat dalam gaya hidup *skena kalcer* melalui berbagai cara, seperti gaya berpakaian, preferensi musik, ketertarikan terhadap seni, hingga aktivitas rekreasi. Fashion dan gaya berpakaian misalnya outfit khas, aksesoris, dan elemen estetika menjadi bentuk ekspresi paling nyata dari identitas *skena kalcer*. Fashion sebuah subkultur digunakan sebagai alat komunikasi non-verbal untuk menyampaikan identitas, kebebasan (Ferdianto & Lestari, 2021). Preferensi musik terutama genre seperti punk, metal, atau musik underground juga berperan penting dalam membentuk karakter dan selera estetika subjek, menguatkan argumen bahwa musik dan gaya hidup dalam *skena kalcer* berfungsi sebagai konstruksi identitas, bukan sekedar selera individu semata (Alamanda et al., 2025). Aktivitas rekreasi seperti nongkrong di coffee shop, menghadiri gigs musik, dan interaksi sosial memperlihatkan penerapan gaya hidup *skena kalcer* dalam kehidupan sehari-hari, menunjukkan bahwa gaya hidup ini bukan hanya soal tampilan, tetapi ruang sosial untuk mengekspresikan identitas dan solidaritas (Amna et al., 2023). Berdasarkan hasil dengan informan Cindy Permata Sari (24 tahun):

“...Aktivitas dalam gaya hidup *skena kalcer* biasanya nongkrong, ngopi, dengar musik, nulis lagu, dan ngeband. Saya sendiri pernah punya band bergenre *dream pop*, meski kini sudah vakum. Dalam gaya hidup *skena kalcer*, saya berperan sebagai musisi, penonton, sekaligus penggiat seni karena pernah terlibat langsung dalam produksi musik. Menurut saya, *skena kalcer* tidak hanya soal fashion, tetapi juga mencakup musik, perkumpulan, dan ruang ekspresi seni. Sayangnya, banyak orang kini memaknai *skena* hanya sebatas penampilan luar...” (Wawancara 13 September 2025).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan pertama memaknai *skena kalcer* secara lebih mendalam, bukan hanya sebagai gaya fashion, tetapi sebagai ruang kreativitas yang melibatkan musik, seni, dan aktivitas kolektif. Sebagai musisi dan penggiat seni, ia terlibat aktif dalam *skena* melalui kegiatan nongkrong, mendengarkan musik, dan ngeband. Ia juga menyoroti mispersepsi publik yang melihat *skena*

*kalcer* hanya dari tampilan luar, sehingga membedakan pelaku yang memahami nilai subkultural dari sekadar pengikut tren. Bagi informan, *skena kalcer* merupakan identitas yang dibangun melalui partisipasi aktif dalam musik dan komunitas, bukan sekadar visual. Hal senada juga disampaikan oleh informan Neneng Fajriani (24 tahun) yang menjelaskan bahwa ia aktif terlibat dalam berbagai aktivitas pada gaya hidup *skena kalcer*, seperti nongkrong, bermain skate, menonton gigs, bahkan sesekali ikut tampil dalam acara musik. Ia menyebut perannya lebih sebagai musisi sekaligus influencer dalam hal outfit karena sering membagikan inspirasi gaya yang mencerminkan identitas *skena kalcer*. Bagi dirinya, penampilan memiliki peranan penting untuk menunjukkan autentisitas diri sehingga dapat dikenali sebagai bagian dari bagian *skena kalcer* (Wawancara 2 Agustus 2025).

Dari hasil wawancara, informan kedua lebih menonjolkan peran dalam inspirasi fashion dan penampilan, dan juga bermain musik. Aktivitas yang dijalani meliputi nongkrong, bermain skate, menonton gigs, dan ikut berpartisipasi dalam acara di dalamnya. Ia menganggap dirinya sebagai *influencer* dalam outfit, karena sering berbagi inspirasi gaya yang mencerminkan identitas *skena kalcer*. Menurutnya, penampilan memiliki makna penting dalam membentuk persepsi orang lain serta menegaskan identitas diri. Secara keseluruhan, kedua wawancara ini menunjukkan bahwa gaya hidup *skena kalcer* tidak memiliki bentuk tunggal, melainkan diwujudkan melalui berbagai ekspresi baik melalui musik dan seni seperti yang ditunjukkan informan pertama, maupun fashion dan gaya personal seperti yang ditekankan informan kedua. Keduanya sama-sama memperlihatkan bahwa *skena kalcer* menjadi ruang bagi remaja untuk mengekspresikan diri, memperluas pergaulan, dan memperkuat identitas sosial mereka. Di lain pihak Informan Fakhru Hadi (20 tahun) menyatakan bahwa ia terlibat dalam gaya hidup *skena kalcer* terutama karena aspek estetika dan citra diri. aktifitas nongkrong di *coffee shop* dipilih karena dianggap keren dan ia memosisikan diri hanya sebagai penikmat fashion, bukan bagian yang mendalami nilai atau budaya *skena kalcer*.

Berdasarkan pernyataannya, informan memaknai *skena kalcer* terutama sebagai apresiasi terhadap fashion dan aktivitas nongkrong yang dianggap memiliki nilai estetika dan citra tertentu. Nongkrong di *coffee shop* menjadi ruang penting karena dianggap merepresentasikan gaya hidup keren khas anak *skena kalcer*. Keterlibatannya lebih sebagai penikmat fashion, bukan pelaku aktif dalam seni atau musik. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan dalam *skena kalcer* dapat bersifat konsumtif dan berfokus pada visualisasi identitas. Dengan demikian, informan menempatkan penampilan sebagai aspek utama untuk memperoleh pengakuan sosial dan merasa menjadi bagian dari komunitas. Hal senada juga disampaikan oleh informan Dukki Prasetyo (19 tahun) yang menjelaskan bahwa keterlibatannya dalam gaya hidup *skena kalcer* lebih banyak diwujudkan melalui aktivitas nongkrong di berbagai ruang publik seperti *coffee shop* maupun *street coffee*. Ia menegaskan bahwa perannya dalam *skena* lebih sebagai penikmat outfit atau fashion semata, tanpa terlibat dalam aktivitas seni atau musik secara langsung. Dengan demikian, keterlibatan informan ini lebih menekankan pada aspek visual dan gaya penampilan sebagai bentuk utama dalam mengekspresikan identitas *skena* yang ia jalani (wawancara pada 19 Agustus 2025).

Dari kedua hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa kedua informan menempatkan dirinya hanya sebagai penikmat dalam gaya hidup *skena kalcer*, bukan sebagai pelaku aktif seperti musisi atau penggiat seni. Keduanya sama-sama menekankan aktivitas nongkrong di *coffee shop* sebagai bagian utama dari rutinitas harian mereka, karena dianggap sebagai ruang yang nyaman untuk bersosialisasi dan mengekspresikan diri (Sanita, 2023). Selain itu, penampilan dan fashion menjadi aspek penting bagi keduanya.

### **Pembentukan Identitas Dan Penerimaan Diri**

*Skena kalcer* tidak selalu dimaknai sama di kalangan remaja, ada yang aktif terlibat sebagai penikmat musik, seni, dan komunitas kreatif, sementara sebagian lain lebih memilih aspek fashion sebagai simbol identitas. Platform seperti TikTok menjadi sumber inspirasi utama untuk outfit dan gaya, *skena* menanggapi pergeseran makna dari awal mulanya sebagai ruang bagi penikmat musik, seni, dan desain grafis, sekarang bergeser menjadi konsumsi visual demi penerimaan sosial dan citra kelompok semata (Yunita & Yuliani, 2023). Kondisi ini memunculkan fenomena ikut-ikutan di mana remaja bergaya sesuai tren semata agar bisa dianggap bagian dari *skena* bukan karena pemahaman terhadap nilai atau estetika subkultural yang mendasarinya. Hal ini menunjukkan bahwa *skena kalcer* telah menjadi sarana bagi remaja dalam membentuk identitas dan mencari penerimaan diri. Berdasarkan hasil dengan informan Cindy Permata Sari (24 tahun):

“...Menurut saya, gaya hidup *skena kalcer* di musik memiliki sisi positif dan negatif. Negatifnya terlihat dengan konsumsi alkohol, seks bebas dan narkoba, sedangkan positifnya terletak pada kebebasan berekspresi. Kini, *skena* lebih diidentikkan dengan fashion keren dibandingkan fokus pada perkumpulan kolektif, Perbedaan antara yang benar-benar bagian dari *skena* dan yang hanya ikut tren terlihat dari pemahaman yang dikonsumsi, misal kaos band. Bagi saya, *skena*

---

adalah ruang ekspresi positif dan tetap mendapat dukungan dari keluarga...” (Wawancara 13 September 2025).

Informan menjelaskan bahwa gaya hidup *skena kalcer* dalam musik memiliki sisi positif dan negatif. Di satu sisi, *skena* memberi ruang ekspresi dan kreativitas melalui musik, fashion, dan komunitas, di sisi lain, ia kadang dikaitkan dengan perilaku negatif seperti alkohol, seks bebas, atau narkoba. Meski begitu, bagi informan, nilai utama *skena* adalah ekspresi autentik, bukan sekadar ikut tren atau memakai atribut tanpa memahami musik dan maknanya. Subkultur hardcore atau punk menjadi ruang alternatif bagi remaja untuk membangun identitas, solidaritas, dan resistensi terhadap budaya mainstream (Manaping, 2025). Hal senada juga disampaikan oleh Informan Informan Neneng Fajriani (24 tahun) yang turut menekankan bahwa gaya hidup *skena kalcer* tidak hanya sebatas penampilan luar, namun berkaitan dengan preferensi musik dan keberanian mengekspresikan diri. Menurutnya, anak *skena kalcer* cenderung memiliki ciri khas dalam berpakaian dan memilih ruang nongkrong tertentu sebagai bentuk representasi identitas yang berbeda dari arus utama. Ia juga menilai bahwa pemahaman terhadap musik menjadi pembeda utama antara individu yang benar-benar terlibat secara mendalam dalam *skena* dan mereka yang hanya mengikuti tren semata (Wawancara 13 September 2025).

Dari kedua hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa informan memandang gaya hidup *skena kalcer* sebagai ruang ekspresi diri yang memiliki sisi positif dan negatif. Informan pertama menilai bahwa *skena* saat ini telah mengalami pergeseran makna dari yang awalnya berfokus pada perkumpulan kolektif, kini lebih banyak diidentikkan sebagai fashion semata, dan penampilan menarik. Meskipun demikian, bagi keduanya, *skena kalcer* tetap menjadi wadah untuk mengekspresikan identitas diri melalui cara berpakaian, selera musik, serta kemampuan berbaur dalam lingkungan sosial (Rahmawati, 2023). Perbedaan antara mereka yang benar-benar bagian *skena* dari dan yang hanya ikut tren dapat dilihat dari keaslian gaya dan pemahaman terhadap simbol-simbol di dalamnya. Aktivitas seperti nongkrong, bermain musik, atau menulis lagu menjadi bentuk nyata dari ekspresi *skena* yang mereka jalani. Walaupun banyak hal negatif karena perilaku menyimpang yang muncul di dalamnya, kedua informan justru menilai gaya hidup ini sebagai ruang positif yang tetap mendapat dukungan keluarga dan berpengaruh terhadap pembentukan kepribadian mereka. Di lain pihak informan Ahmad al ilhan (23 tahun) mengatakan:

“...Gaya hidup *skena kalcer* lebih ke fashion, ditandai dengan gaya berpakaian seperti celana gombrong, kaos boxy cut, dan sepatu trendi. Bagi saya, penting untuk mengikuti tren namun tetap ikutan demi terlihat keren. Gaya hidup ini juga membedakan saya dari remaja pada umumnya, terutama dalam penampilan saat nongkrong di *coffee shop* dan penggunaan aksesoris. Meskipun membutuhkan pengeluaran lebih, keluarga tetap menerima pilihan saya. Gaya hidup *skena kalcer* membuat saya lebih percaya diri dan memperluas relasi sosial...” (Wawancara pada 30 Juli 2025).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan memaknai gaya hidup *skena kalcer* terutama melalui fashion sebagai ekspresi identitas. Pilihan outfit seperti celana gombrong, kaos boxy cut, dan aksesoris menjadi penanda untuk membedakan diri dan memperoleh pengakuan sosial, terutama saat nongkrong di *coffee shop*. Meski membutuhkan biaya lebih, keluarga tetap mendukung selama berdampak positif. Bagi informan, fashion bukan hanya penampilan, tetapi sarana membangun kepercayaan diri, relasi sosial, dan identitas dalam kelompok.

Hal senada juga disampaikan oleh Zacky Azuri (22 tahun) yang menyatakan bahwa bagi dia, anak *skena kalcer* adalah mereka yang menyukai fashion dan berpenampilan menarik dengan gaya yang tidak umum. Ia menilai gaya hidup ini mirip dengan remaja pada umumnya, hanya berbeda pada aktivitas seperti menonton konser dan nongkrong di *coffee shop* dengan outfit khas seperti celana gombrong, sepatu, topi, dan aksesoris. Menurutnya, perbedaan antara yang benar-benar *skena* dan yang hanya ikut tren terlihat dari apakah fashion itu dipaksakan atau menggunakan barang palsu. Gaya hidup ini membuatnya lebih percaya diri dan memperluas relasi sosial selama hal negatif tidak dilibatkan, keluarganya tetap mendukungnya (Wawancara 2 Agustus 2025).

Dari kedua hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa informan memaknai gaya hidup *skena kalcer* sebagai bentuk ekspresi diri yang berfokus pada fashion dan penampilan. Bagi mereka, fashion menjadi elemen utama yang membedakan anak *skena kalcer* dari remaja pada umumnya, terutama melalui gaya berpakaian seperti celana gombrong, kaos *boxy cut*, sepatu trendi, serta penggunaan aksesoris seperti topi, cincin, dan kalung (Agustiningsih, 2018). Aktivitas seperti nongkrong di *coffee shop* dan menonton konser juga menjadi bagian dari rutinitas yang memperkuat identitas *skena kalcer* (Rosa, 2023). Keduanya menilai bahwa menjadi bagian dari *skena* bukan sekedar mengikuti tren, tetapi tentang kenyamanan, keaslian gaya, dan konsistensi dalam mengekspresikan diri. Mereka juga menyesuaikan dengan kenyamanan, berbeda dengan orang yang hanya ikut- menyadari adanya fenomena ikut-ikutan yang terlihat dari tampilan yang

dipaksakan atau penggunaan barang palsu. Secara keseluruhan, gaya hidup *skena kalcer* bagi informan bukan hanya soal penampilan, tetapi juga memberikan dampak positif seperti meningkatnya rasa percaya diri, perluasan relasi sosial, serta penerimaan dari keluarga terhadap pilihan gaya hidup mereka (Aini et al., 2024).

Berdasarkan hasil wawancara keempat informan dapat dilihat bahwa gaya hidup *skena kalcer* dipandang sebagai ruang ekspresi diri yang memungkinkan individu untuk membentuk, menegaskan, serta menerima identitas mereka di tengah lingkungan sosial (Putra & Irwansyah, 2021). Dalam konteks ini, gaya hidup *skena kalcer* yang awalnya terbentuk sebagai konstruksi sosial melalui proses eksternalisasi dan objektivasi di ruang publik seperti media sosial dan perkumpulan musik kemudian diinternalisasi oleh para informan melalui pengalaman langsung mereka dalam berinteraksi dengan lingkungan *skena kalcer*. Informan menghayati simbol-simbol khas seperti fashion, musik, dan aktivitas nongkrong bukan sekedar sebagai gaya hidup populer, tetapi sebagai bagian dari jati diri yang mereka rasakan. Proses internalisasi ini tampak dari cara mereka menyesuaikan gaya berpakaian seperti celana gombrong, kaos *boxy cut*, sepatu trendi, dan aksesoris khas, serta aktivitas keseharian seperti nongkrong di *coffee shop* dan menghadiri konser musik yang dianggap mencerminkan kepribadian mereka (Yose & Ikhwan, 2022).

Dalam proses ini juga muncul perbedaan makna dan pemahaman antara mereka yang benar-benar menjadi bagian dari *skena kalcer* dan mereka yang hanya mengikuti tren semata (Rahmawati, 2023). Perbedaan tersebut terletak pada tingkat kedalaman internalisasi terhadap simbol-simbol *skena kalcer*. Bagi yang benar-benar menjadi bagian dari *skena kalcer*, simbol-simbol tersebut memiliki makna mendalam dan menjadi representasi nilai keaslian, kebersamaan, dan ekspresi diri. Sementara bagi yang sekedar mengikuti tren, simbol-simbol itu hanya berfungsi sebagai penanda status atau estetika semata tanpa pemaknaan yang mendalam (Sanita, 2023).

### Pembahasan

Dalam mengkaji Konstruksi Gaya Hidup *Skena Kalcer* Di Kalangan Remaja Kota Padang, peneliti menggunakan teori Konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Berger dan Luckmann berpendapat bahwa seluruh nilai, ideologi, serta institusi sosial pada dasarnya merupakan konstruksi manusia dan tidak bersifat alamiah (Berger & Luckmann, 2018). Pandangan ini menegaskan bahwa realitas sosial tidak dapat dipahami hanya sebagai sesuatu yang muncul dari sifat-sifat alamiah, melainkan sebagai hasil dari proses historis dan interaksi sosial yang berkelanjutan. Dengan kata lain, makna atas berbagai hal, konsep, maupun fenomena lebih banyak ditentukan oleh kesepakatan bersama yang dikonstruksikan dalam kehidupan masyarakat (Yasin, 2016).

Dalam kerangka ini, masyarakat tidak dipandang sebagai entitas yang berdiri sendiri dan terpisah dari individu, melainkan terdiri atas individu-individu maupun kelompok yang saling berhubungan, berkomunikasi, serta menegosiasikan makna dalam berbagai konteks kehidupan sehari-hari. Proses inilah yang menurut teori konstruksi sosial memungkinkan manusia menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (M. Syaifudin, 2019). Dengan demikian, melalui interaksi yang terus menerus, individu tidak hanya membentuk nilai dan simbol tertentu, tetapi juga sekaligus meneguhkan serta mereproduksi budaya, norma, dan institusi sosial yang menjadi landasan bersama dalam masyarakat (Anriani & Nasution, 2024).

Menurut Berger dan Luckmann, realitas terbentuk melalui tiga tahap: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Pada eksternalisasi, responden mengenal *skena kalcer* dari lingkungan kerja, tempat nongkrong, dan media sosial (Sanita, 2023). Pada objektivasi, mereka mulai menampilkan peran sebagai anak *skena* lewat gaya berpakaian, preferensi musik, seni, dan aktivitas rekreasi. Pada internalisasi, pemahaman tentang *skena* berbeda-beda: ada yang melihatnya sebagai komunitas musik dan seni, sementara lainnya hanya mengikuti fashion. Fenomena ikut-ikutan ini menunjukkan bahwa *skena kalcer* telah menjadi konstruksi sosial yang kompleks bagi remaja masa kini (Ramadhani & Rosa, 2024).

### Eksternalisasi

Eksternalisasi yaitu adaptasi diri dengan dunia sosiostruktural sebagai produk dunia manusia (*society is a human product*). Eksternalisasi adalah salah satu dari tiga momen dialektis dalam proses konstruksi sosial realitas, sebagaimana dikemukakan oleh sosiolog Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam karya monumental mereka, "The Social Construction of Reality" (Berger & Luckmann, 2018). Secara mendasar, eksternalisasi adalah proses di mana manusia, melalui aktivitas fisik dan mental mereka, mencurahkan atau mengekspresikan diri mereka ke dalam dunia luar. Proses ini mengubah dunia, baik secara fisik maupun sosial, dan menciptakan realitas sosiokultural yang kemudian akan dihadapi oleh individu sebagai sesuatu yang berada di luar diri mereka (Berger & Luckmann, 2018).

Eksternalisasi adalah proses ketika responden mengenal gaya hidup *skena kalcer* dari lingkungan kerja, tempat nongkrong, dan media sosial, lalu meresponsnya sebagai sesuatu yang menarik. Wawancara dengan empat informan menunjukkan bahwa tahap eksternalisasi dalam teori Berger dan Luckmann berkaitan

dengan proses pengenalan dan penyesuaian diri remaja terhadap *skena kalcer* (Ramadhani & Rosa, 2024). Pada tahap ini, individu menyalurkan pengalaman dan maknanya ke dunia sosial melalui tindakan dan simbol. Dalam konteks *skena kalcer*, hal ini terlihat dari bagaimana informan mulai mengenal, meniru, dan menyesuaikan diri dengan simbol-simbol budaya seperti fashion, musik, dan gaya nongkrong, baik secara digital maupun langsung (Halimah Nur Churil Aini et al., 2024). Media sosial, khususnya TikTok, menjadi sarana utama bagi informan pertama dan kedua dalam mengenal sekaligus mengekspresikan gaya hidup *skena kalcer* (Wulan et al., 2024). Melalui konten outfit, musik, dan aktivitas nongkrong, mereka memahami bagaimana gaya hidup tersebut terbentuk. Informan pertama bersikap selektif dalam mengikuti tren dan memilih elemen yang sesuai dengan kenyamanan dan citra dirinya (Arbina et al., 2024). Sebaliknya, informan kedua lebih terbuka mengikuti tren sebagai upaya penyesuaian diri dan pengukuhan posisi dalam gaya hidup ini (Aloha, 2023). Di sini, media sosial menjadi ruang refleksi, adaptasi, dan representasi diri secara visual (Sendari, 2025).

Sementara itu, informan ketiga dan keempat membangun eksternalisasi dalam ruang sosial nyata, yaitu lingkungan kerja sebagai barista (Rahmawati, 2023). *Coffee shop* menjadi ruang interaksi yang mempertemukan mereka dengan anak muda yang lebih dulu mengadaptasi gaya hidup *skena kalcer*, sehingga memengaruhi pemahaman mereka terhadap simbol-simbol seperti fashion, aksesoris, dan musik punk, metal dan indie (Sofyan, 2019). Mereka tidak hanya meniru, tetapi menyesuaikan ekspresi gaya hidup dengan karakter pribadi (Putra & Irwansyah, 2021). Secara keseluruhan, keempat informan menunjukkan bahwa gaya hidup *skena kalcer* merupakan hasil eksternalisasi yang mencerminkan pengenalan diri dan adaptasi terhadap lingkungan sosial. Melalui fashion, musik, dan nongkrong, mereka menegosiasikan identitas dan nilai diri dalam ruang sosial. Eksternalisasi menjadi jembatan antara pembentukan citra diri dan penerimaan sosial di tengah arus budaya populer (Arbina et al., 2024).

### Objektivasi

Objektivasi merupakan tahap kedua dalam konstruksi sosial Berger dan Luckmann, di mana hasil aktivitas manusia yang awalnya subjektif berubah menjadi realitas yang dianggap objektif dan dilembagakan (Berger & Luckmann, 2018). Pada tahap ini, responden menunjukkan keterlibatannya dalam gaya hidup *skena kalcer* melalui gaya berpakaian, preferensi musik, seni, hingga aktivitas rekreasi. Hasil wawancara empat informan menunjukkan bahwa gaya hidup *skena kalcer* tidak lagi sekadar ekspresi individual, tetapi telah menjadi realitas sosial yang muncul dalam rutinitas sehari-hari. Proses ini menandai objektivasi ekspresi subjektif yang sebelumnya dieksternalisasikan kini diakui dan dianggap nyata oleh lingkungan sosial (Ramadhani & Rosa, 2024). Dengan demikian, gaya hidup *skena kalcer* telah menjadi pola perilaku dan simbol sosial yang memiliki makna bersama bagi para pelakunya (Sendari, 2025).

Bentuk objektivasi gaya hidup *skena kalcer* tampak dari bagaimana para informan menerapkan gaya hidup tersebut dalam aktivitas nyata. Informan pertama menunjukkan keterlibatan aktif dalam musik dan seni seperti mendengarkan musik, menulis lagu, bermain dalam band, serta nongkrong, di mana musik menjadi simbol eksistensi sosial dan ekspresi identitas (Agustiningsih, 2018). Informan kedua juga mengobjektivasikan gaya hidup *skena kalcer* melalui musik, nongkrong, bermain skate, menonton gigs, serta membagikan inspirasi outfit di media sosial (Sofyan, 2019). Simbol fashion seperti pakaian dan aksesoris memperoleh makna sosial serta menjadi sistem tanda identitas keunikan dan autentisitas dalam *skena kalcer* (Yose & Ikhwan, 2022). Pada informan ketiga dan keempat, praktik nongkrong di *coffee shop* menjadi ruang objektivasi yang memperkuat kebiasaan kolektif gaya hidup *skena kalcer* (Ramadhani & Rosa, 2024). Melalui interaksi berulang seperti berbincang, mendengarkan musik, hingga menampilkan gaya berpakaian, simbol-simbol *skena kalcer* memperoleh makna dan legitimasi sosial (Yasin, 2016). Fashion seperti celana gombrong dan baju *boxy cut* digunakan sebagai penanda identitas dan keterlibatan dalam *skena kalcer* sehingga menjadi bentuk simbol budaya yang diakui publik (Rahmawati, 2023). Secara keseluruhan, objektivasi terlihat melalui aktivitas bermusik, nongkrong, skateboarding, menghadiri gigs, dan penggunaan fashion tertentu sebagai praktik sosial yang menghidupkan dan mereproduksi gaya hidup *skena kalcer* (Ramadhani & Rosa, 2024). Dengan demikian, objektivasi menjadikan *skena kalcer* sebagai realitas sosial yang dipahami bersama dan terus dikonstruksikan melalui tindakan sosial serta simbol budaya yang berulang (Arbina et al., 2024).

### Internalisasi

Internalisasi merupakan tahap ketika individu mengidentifikasikan diri dengan lembaga atau organisasi sosial tempat ia menjadi anggota (Aini et al., 2024). sehingga manusia dipandang sebagai produk sosial (Berger & Luckmann, 2018). Pada tahap ini, individu menyerap nilai, norma, dan identitas sosial melalui keterlibatan aktif dalam lingkungan sosialnya. Dalam konteks gaya hidup *skena kalcer*, para remaja menginternalisasi pengetahuan dan pemahaman yang berbeda-beda, mulai dari melihatnya sebagai komunitas pecinta musik, seni, hingga sebatas fashion (Rosa, 2023). Akibatnya, muncul fenomena remaja yang hanya ikut tren untuk mendapatkan pengakuan sosial tanpa memahami makna di baliknya (Arbina et

al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa *skena kalcer* merupakan konstruksi sosial yang kompleks dan sarat makna bagi remaja masa kini (CNN Indonesia, 2023). Berdasarkan wawancara dengan empat informan, gaya hidup *skena kalcer* dipahami sebagai ruang ekspresi diri untuk membentuk dan menegaskan identitas sosial (Putra & Irwansyah, 2021). Dalam tahap internalisasi, individu menyerap kembali makna-makna sosial yang telah terobjektifikasi sehingga menjadi bagian dari kesadaran dan identitas subjektif mereka (Berger & Luckmann, 2018). Dengan demikian, nilai, norma, serta simbol dalam dunia sosial diterima dan dihayati sebagai realitas pribadi.

Dalam konteks ini, gaya hidup *skena kalcer* yang awalnya terbentuk melalui proses eksternalisasi dan objektivasi di ruang publik seperti media sosial dan komunitas musik kemudian diinternalisasi oleh para informan melalui pengalaman langsung dalam lingkungan *skena kalcer*. Mereka menghayati simbol-simbol seperti fashion, musik, dan aktivitas nongkrong sebagai bagian dari jati diri. Hal ini terlihat dari cara mereka menyesuaikan gaya berpakaian celana gombrong, kaos boxy cut, sepatu dan aksesoris khas serta kebiasaan nongkrong di *coffee shop* dan menghadiri konser musik sebagai representasi kepribadian mereka (Yose & Ikhwan, 2022). Lebih jauh, bagi para informan, menjadi bagian dari *skena kalcer* bukan sekedar mengikuti tren, tetapi berkaitan dengan pencarian makna diri dan penerimaan sosial. Fashion dan gaya hidup *skena kalcer* dipandang sebagai media untuk membangun kepercayaan diri serta menunjukkan identitas mereka di hadapan orang lain (Aloha, 2023). Identitas ini terbentuk melalui proses refleksi dan pemaknaan pribadi yang diperoleh dari interaksi sosial sehari-hari. Sejalan dengan Berger & Luckmann, individu secara aktif menafsirkan dan mengintegrasikan makna sosial ke dalam kesadaran dirinya, bukan hanya menjadi penerima pasif realitas yang ada (Berger & Luckmann, 2018).

Dalam proses ini juga muncul perbedaan makna dan pemahaman antara mereka yang benar-benar menjadi bagian dari *skena kalcer* dan mereka yang hanya mengikuti tren semata (Rahmawati, 2023). Perbedaan tersebut terletak pada tingkat kedalaman internalisasi terhadap simbol-simbol *skena kalcer*. Bagi yang benar-benar menjadi bagian dari *skena kalcer*, simbol-simbol tersebut memiliki makna mendalam dan menjadi representasi nilai keaslian, kebersamaan, dan ekspresi diri. Sementara bagi yang sekedar mengikuti tren, simbol-simbol itu hanya berfungsi sebagai penanda status atau estetika semata tanpa pemaknaan yang mendalam (Sanita, 2023). Selain itu, gaya hidup *skena kalcer* membantu para informan dalam proses penerimaan diri dan pembentukan kepribadian, seperti meningkatnya kepercayaan diri, pertemanan, serta dukungan keluarga (Ramadhani & Rosa, 2024). Makna sosial yang diinternalisasi tidak hanya membentuk identitas simbolik, tetapi juga berdampak positif secara psikologis dan sosial. Walaupun terdapat pandangan negatif, para informan tetap melihat *skena kalcer* sebagai ruang untuk mengekspresikan diri dan memperoleh penerimaan sosial (Aini et al., 2024).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tahap internalisasi dalam teori Berger & Luckmann tercermin dari cara para informan menjadikan nilai-nilai dan simbol-simbol *skena kalcer* sebagai bagian dari realitas subjektif mereka (Arbina et al., 2024). Melalui proses tersebut, terbentuklah identitas pribadi yang autentik dan diterima, baik oleh diri sendiri maupun oleh lingkungan sosialnya. Fenomena ini memperlihatkan bahwa *skena kalcer* tidak hanya menjadi tren fashion, melainkan sebuah konstruksi sosial yang hidup dan berperan penting dalam pembentukan identitas generasi remaja masa kini (Dusa, 2024).

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan analisis data tertulis maupun sekunder, konstruksi gaya hidup *skena kalcer* di kalangan remaja Kota Padang dalam perspektif Berger dan Luckmann terbentuk melalui proses dialektis eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Pertama, pada tahap eksternalisasi, gaya hidup *skena kalcer* muncul sebagai ekspresi diri remaja yang dipengaruhi media sosial, lingkungan pertemanan, dan ruang nongkrong seperti *coffee shop*. Media sosial menjadi sumber utama pengenalan simbol-simbol *skena kalcer*, seperti fashion, musik, dan aktivitas kreatif, yang kemudian diadaptasi ke dalam gaya hidup dan citra diri para remaja. Kedua, pada tahap objektivasi, simbol-simbol yang awalnya merupakan ekspresi individu berubah menjadi realitas sosial yang diakui bersama. Gaya berpakaian khas *skena kalcer*, kebiasaan nongkrong di *coffee shop*, serta aktivitas seperti menghadiri gigs dan membuat konten kreatif menjadi standar sosial yang membentuk persepsi publik tentang identitas anak *skena kalcer*. Pada titik ini, gaya hidup *skena kalcer* telah menjadi praktik sosial yang dilembagakan dalam keseharian remaja.

Ketiga, melalui internalisasi, remaja mulai menghayati gaya hidup *skena kalcer* sebagai bagian dari identitas diri. Simbol dan nilai yang sebelumnya ditiru mulai melekat dalam cara berpikir, berpenampilan, dan berinteraksi. Namun, tingkat pemaknaan tidak selalu seragam, sebagian remaja memahami *skena kalcer* sebagai ruang musik, seni, dan kreativitas, sementara sebagian lainnya hanya mengikuti aspek visual seperti fashion demi pengakuan dan validasi sosial di lingkungan. Secara keseluruhan, gaya hidup *skena kalcer* bukanlah fenomena yang muncul secara alami, tetapi hasil konstruksi sosial yang dibentuk melalui interaksi,

media sosial, dan ruang pergaulan. Proses ini menunjukkan pergeseran *skena* dari subkultur musik independen menjadi gaya hidup urban yang cair, estetis, dan berorientasi pada representasi visual. Implikasinya, *skena kalcer* berfungsi sebagai ruang identitas dan ekspresi diri remaja modern, sekaligus menegaskan peran media sosial sebagai agen konstruksi budaya populer di tingkat lokal. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pendidik, pelaku industri kreatif, dan pengamat budaya dalam memahami dinamika subkultur remaja, serta membuka peluang kajian lanjutan terkait media digital, gender, maupun ekonomi kreatif.

## Daftar Pustaka

- Achmad, W., Sudrajat, A., Faiza, S., & Ollianti, R. N. (2023). The influence of social media on teenagers' lifestyles: Behavioral analysis among adolescents in Bandung. *Journal on Education*, 5(3), 10356-10363.
- Agustiningih, G. (2018). Konstruksi Gaya Hidup Melalui Musik Sebagai Produk Budaya Populer. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 6(2), 16–22.
- Aini, H. N. C., Luvianasari, M. T., Landicho, M. J., & Saputri, S. D. (2024). Analisis Tren Lifestyle “Skena” Dalam Kerangka Sosial Budaya Pada Era Modern. *Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 2(2), 202-216.
- Alamanda, R., Delima, I. D., & Suseno, A. (2025). Fenomena Gaya Identitas Berpakaian Skena Dalam Budaya Musik Punk ( Studi Kasus Mahasiswa Kota Tangerang ). *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*, 9(9), 35–41.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Almanshur, M. D. G. & F. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Aloha, M. (2023). Anak-Anak Skena yang Sangat Kalcer. [detiknews.com](http://detiknews.com).
- Amaliantami, K., & Hadi, M. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Nusa*, 14(1).
- Amna, M. K., Kalaloi, A. F., Komunikasi, I., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2023). Fesyen Musik Hardcore Sebagai Identitas Diri Penggemar dan Komunitas Musik Hardcore di Kota Bandung. Telkom University..
- Anriani, T., & Nasution, K. (2024). Adaptasi Mahasiswa Perantau di Kota Yogyakarta: Perspektif Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Huma: Jurnal Sosiologi*, 3(2), 168-177.
- Arbina, S., Dadan, S., & Mutahir, A. (2024). Skena dalam Perspektif Mahasiswa FISIP Unsoed. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(4), 1879–1890. <https://doi.org/10.54082/jupin.562>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. Penguin Books. <https://doi.org/10.4324/9781315775357>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2018). *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. LP3ES.
- CNN Indonesia. (2023). Apa Itu Skena, Kata Paling Banyak Dicari di Google Sepanjang 2023. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20231219143055-277-1039195/apa-itu-skena-kata-paling-banyak-dicari-di-google-sepanjang-2023>
- Dusa, R. J. (2024). Peran Komunitas “Menace Space” Untuk Eksistensi Band Independent di Kota Padang. *Abstrak: Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media dan Desain*, 1(4), 239–264. <https://doi.org/10.62383/abstrak.v1i4.244>
- Fadilah, N., Arifin, I., & Wahyuni, S. (2024). Digital Fashion dan Identitas Remaja: Peran Dukungan Sosial dan Tantangan Perbandingan Sosial. *Discourse: Indonesian Journal of Social Studies and Education*, 2(1), 56-61.
- Ferdianto, R. R., & Lestari, S. B. (2021). Fashion Sebagai Identitas Pada Komunitas Punk di Semarang. *Interaksi Online*, 9(2), 75-86.
- Humaida, R., & Hidayat, M. (2023). Konstruksi Sosial Pidato Pasambahan Bagi Pemuda Minangkabau. *Culture & Society: Journal Of Anthropological Research*, 5(1), 33–41. <https://doi.org/10.24036/csjar.v5i1.135>
- Irwanti, S. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*, 3(1), 33–47.
- Karim, H. A. (2021). Potret Kehidupan Komunitas Punk (Studi Kasus Anak Punk si Lapangan Sember Kota Metro). *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 3(1), 95-107.
- Kusumastuti, A., & Khoiron Mustamil, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Kholifah, S., & Suyadnya, I. W. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif: Berbagi pengalaman dari lapang*. Jakarta: Rajawali Press.

- Manaping, C. F., & Naibaho, Z. (2025). Identitas dan Interaksi Sosial Pada Komunitas Musik Hardcore (Studi Kasus: Skena Hardcore Di Kota Medan). *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(04), 234-247.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1110. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
- Putra, R. R., & Irwansyah, I. (2021). Peningkatan Awareness Skena Musik Independen Indonesia (Studi Konvergensi Media dan Do It Yourself). *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 962–971. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.549>
- Rahmawati, F. (2023). *Apa Arti Kata Skena yang Ramai di Medsos? Ternyata Akronim 3 Kata Ini*. Kompas.Tv.
- Ramadhan, A. P., & Iman, A. N. (2024). Konstruksi Identitas Sosial Fashion Remaja (Studi Kualitatif Pada Pengguna Pinterest Di Jabodetabek). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 6(2).
- Ramadhani, D. E., & Rosa, D. V. (2024). Fashion Skena: Kontestasi Tampilan Kaum Muda di Coffee Shop Jember. *Jurnal Studi Pemuda*, 12(1), 66. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.92966>
- Rahmat, R., & Rizkil, T. (2025). *Adolescent Lifestyle Changes In The Age Of Social Media: A Socio-Cultural Study*. *Jurnal Sosial, Budaya dan Humaniora*, 1(1), 1-8.
- Rosa, N. (2023). Skena Jadi Kata Paling Tren di Pencarian Google 2023, Ini Arti dan Ciri-cirinya Baca artikel detikedu, “Skena Jadi Kata Paling Tren di Pencarian Google 2023, Ini Arti dan Ciri-cirinya” selengkapnya <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7099894/skena-jadi>.
- Sendari, A. (2025). Asal-usul Istilah Kalcer. <https://www.liputan6.com/hot/read/5919616/apa-itu-kalcer-tren-gaya-hidup-kekinian-yang-populer-di-kalangan-gen-z>
- Sofyan, B. K. A. (2019). Budaya keranjingan penggemar band Indie Friends culture of Indie band fans. *Dialektika*, 14(1), 95–102.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan media sosial instagram dalam pembentukan identitas diri remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 490-501.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistianti, R. A., & Sugiarta, N. (2022). Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(1), 3456–3466. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2861>
- Sulung, M. P. (2024). Snake and Ladder Game Intervention to Reduce Anxiety in Hospitalized Children. *Journal of Applied Holistic Nursing Science*, 1(1), 7-12.
- Syaifudin, M. (2019). *Teori Kontruksi Realitas Sosial*. <https://dkv.binus.ac.id/2015/05/18/teori-konstruksi-realitas-sosial/>
- Wulan, A., Sampurna, A., Hasibuan, W. H., Fadhali, R. H., Wahyudi, I. D., & Hasibuan, R. L. A. (2024). Peran dan Fungsi Manajemen Tiktok dalam Pengolahan Media Sosial di Era Digital bagi Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 4801–4807.
- Yasin, F. (2016). Gaya Kehidupan Malam Remaja di Kota Padang. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 2(1), 59–71.
- Yose, D., & Ikhwan, I. (2022). Fenomena Pelaku Konsumtif Remaja Kota Padang Penikmat Coffee Shop. *Jurnal Perspektif*, 5(2), 208–216. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i2.621>
- Yunita, E., & Yuliani, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok Terhadap Trend Fashion Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Pada Mahasiswa Prodi Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 4(1), 49-62.