

Simbol dan Makna Fashion Skena dalam Analisis Interaksionisme Simbolik Pengunjung Parewa Coffee Kota Padang

Muhammad Adha Gusnaidi¹, Mira Hasti Hasmira^{2*}

^{1,2}Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: mirahasti@fis.unp.ac.id

Abstrak

Penelitian dilatarbelakangi dengan terjadinya pergeseran fungsi *fashion* skena yang tidak lagi sebatas ekspresi diri, tetapi berkembang menjadi sarana diferensiasi dan eksklusivitas sosial. Kebaharuan penelitian ini terletak pada kajian makna simbolik *fashion* skena dalam konteks Kota Padang yang memiliki karakter sosial relatif homogen, dengan menggunakan perspektif interaksionisme simbolik Herbert Blumer. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan makna *Fashion Skena* melalui proses interaksi sosial pengunjung Parewa *Coffee shop* Kota Padang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif tipe studi kasus (*case study*). Penentuan informan menggunakan teknik *purposive* dengan melibatkan 15 orang informan yang terdiri dari kriteria yaitu Pengunjung *fashion* skena di Parewa *Coffee shop*, Pegawai Parewa *Coffee shop*, dan Pengunjung yang bukan Skena. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumen serta dianalisis dengan teknik analisis Matthew Miles dan Huberman dengan proses reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Hasil temuan terdapat 5 simbol dan makna *fashion* skena dalam analisis interaksionisme simbolik menurut Herbert Blumer pengunjung parewa *coffee shop* Kota Padang, *pertama*, *fashion* sebagai simbol identitas dan pengakuan sosial. *Kedua*, pembentukan circle melalui simbol sosial. *Ketiga*, penyesuaian diri di ruang sosial. *Keempat*, pergeseran makna dari kebersamaan ke “paket siap pakai”. *Kelima*, proses belajar simbol untuk menjadi bagian Skena secara bertahap. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori interaksionisme simbolik dari Herbert Blumer dengan berupa tiga premis yaitu, Manusia bertindak berdasarkan makna, Makna itu muncul melalui interaksi, Makna tersebut diinterpretasikan dan dimodifikasi melalui interpretatif individu.

Kata Kunci: Coffee shop; Fashion skena; Identitas sosial; Interaksionisme simbolik; Makna.

Abstract

This study is motivated by the transformation of the Fashion scene from merely a form of self-expression to a medium of social differentiation and exclusivity. The novelty of this research lies in exploring the symbolic meanings of the Fashion scene within the relatively homogeneous social context of Padang City, using Herbert Blumer's symbolic interactionism perspective. This study aims to analyze the changes in the meanings of the Fashion scene through social interaction processes among visitors at Parewa Coffee shop in Padang City. The research employed a qualitative approach with a case study design. Informants were selected purposively, involving 15 participants comprising Fashion scene visitors at Parewa Coffee shop, employees of Parewa Coffee shop, and visitors who are not part of the scene. Data were collected through observation, in-depth interviews, and document studies, and analyzed using the Miles and Huberman analytical framework consisting of data reduction, data display, and data verification. The findings reveal five key symbols and meanings of the Fashion scene among Parewa Coffee shop visitors based on Blumer's symbolic interactionism: (1) Fashion as a symbol of identity and social recognition, (2) the formation of social circles through social symbols, (3) self-adjustment within social space, (4) a shift in meaning from togetherness to a “ready-to-wear package,” and (5) the gradual learning process of symbols to become part of the scene. These findings contribute to a deeper understanding of how Fashion functions as a symbolic system within urban social interactions. This study is analyzed using Herbert Blumer's symbolic interactionism theory, which consists of three premises: humans act based on meanings, meanings arise through social interaction, and these meanings are interpreted and modified through individual interpretative processes.

Keywords: Coffee Shop; Meaning; Scene Fashion; Social Identity; Symbolic Interactionism.

How to Cite: Gusnaldi, M. A. & Hasmira, M. H. (2026). Simbol dan Makna Fashion Skena dalam Analisis Interaksionisme Simbolik Pengunjung Parewa Coffee Kota Padang. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 9(3), 572-584.



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

Skena merupakan fenomena sosial-kultural yang berakar dari sejarah panjang pembentukan komunitas kreatif dan subkultur, mulai dari gerakan seni abad ke-19, perkembangan modernisme awal abad ke-20, hingga lahirnya subkultur pemuda pasca Perang Dunia II. Perkembangannya berlanjut melalui diversifikasi musik dan gaya hidup pada akhir abad ke-20, serta mengalami transformasi signifikan di era digital. Dengan demikian, Skena tidak sekadar dimaknai sebagai komunitas berbasis minat, tetapi sebagai ruang interaksi sosial tempat identitas, makna, nilai, dan simbol kolektif dibangun serta dinegosiasikan secara dinamis (Saputro, et al, 2025; Aryanto et al., 2025; Prabandari, 2025).

Di Indonesia, perkembangan Skena dapat ditelusuri sejak 1990-an melalui kemunculan band indie dan underground, dengan Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta sebagai pusat utama. Pada fase ini, skena identik dengan musik alternatif dan ideologi DIY (*Do It Yourself*) (Nugraha, 2025; Purba, 2024). Memasuki 2000-an, makna Skena meluas ke berbagai komunitas minat seperti *skateboarding*, street art, dan *fashion* alternatif, didorong oleh peran media sosial dan platform digital. Pada 2010-an hingga awal 2020-an, istilah “skena” menjadi semakin populer dan viral, dengan pergeseran makna dari yang semula berfokus pada musik menjadi penanda identitas kolektif dan gaya hidup anak muda secara lebih luas (Pamungkas et al., 2025; Pradipta et al., 2021). Skena sejauh ini belum memiliki konsep formal yang dirumuskan oleh para ahli dan belum tercantum pada KBBI (Kamus Besar Berbahasa Indonesia) sampai saat ini. Namun menurut ahli bahasa dari Universitas Pendidikan Indonesia Dr. Afi Fadlillah, M.Hum, “skena” dalam ilmu linguistik berasal dari proses akronim yaitu sua, cengkerama dan kelana (Farika, 2021).

Menariknya, makna skena pun mengalami perluasan. Tidak lagi terbatas pada komunitas musik atau seni tertentu, Skena kini dapat merujuk pada berbagai kelompok anak muda dengan gaya hidup, *Fashion*, atau minat yang khas (Awaludin, 2024; Ramadhani & Rosa, 2024). Dilihat dari saat sekarang ini skena banyak diartikan dengan kebebasan berpakaian dikarenakan banyak yang mengikuti *fashion* skena melalui media sosial. Pada dasarnya *Fashion* adalah busana yang berfungsi sebagai penutup, pelindung, kesopanan dan daya tarik, serta representasi identitas diri (Kartikasari, 2024; Kristina et al., 2024; Listiani et al., 2013). Namun bagi mereka *fashion* skena bukan hanya untuk sekedar busana yang menutupi badannya, mereka juga meangartikan bahwa pakaian yang mereka pakai itu adalah sebuah simbol yang memberikan makna terhadap dirinya. Seperti memakai aksesoris-aksesoris tertentu seperti kalung, bandana, serta hiasan kulit berupa tato juga dapat melambangkan diri mereka (Lestari, 2014; Rosa, 2023).

Pada 1998, Skena mulai berkembang di Kota Padang sebagai ruang ekspresi musik alternatif seperti *punk*, *rock n roll*, *grunge*, *metal*, dan sejenisnya yang diminati anak muda saat itu. Aktivitas awalnya terpusat di Rumah Bulat, kawasan Taman Budaya Sumatera Barat, yang menjadi arena berkesenian dan tempat berkumpul berbagai band lintas genre untuk melakukan “latihan bersama” setiap akhir pekan, dipelopori komunitas *Total Madness Underground* (Tanmenan & Cimay, 2021). Hingga kini, semangat kolektif tersebut berlanjut melalui berbagai event skena di Parewa Coffee, yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat ngopi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan aktivitas komunitas skena di Kota Padang.



Gambar 1. Event SWARA Skena Talk

Sumber: Tiktok Parewa Coffee shop

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa Interaksi antar pengunjung tidak hanya terjadi melalui percakapan, tetapi juga melalui tampilan visual berupa gaya berpakaian. Dominasi *fashion* skena seperti busana serba hitam, celana *baggy*, sepatu *sneaker*, dan aksesoris tertentu menjadi penanda visual yang sering

muncul, namun tidak bersifat eksklusif karena terdapat pula pengunjung dengan gaya *casual*, *streetwear*, *vintage*, hingga formal. Kehadiran event SWARA Skena *Talk* menegaskan fungsi Parewa *Coffee shop* sebagai ruang yang mewadahi aktivitas skena sekaligus mempertemukan beragam gaya dan latar belakang pengunjung. Kondisi ini menunjukkan bahwa Parewa *Coffee shop* berperan sebagai ruang publik yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial lintas gaya berpakaian, dengan *fashion* skena hadir sebagai elemen dominan yang membentuk suasana dan identitas ruang tersebut.

Penelitian mengenai *fashion* skena menunjukkan beberapa kecenderungan utama. Pertama, kajian yang menempatkan *fashion* sebagai simbol identitas dan ekspresi diri. Nuriana (2022) menegaskan bahwa *fashion* berfungsi sebagai simbol sosial dalam interaksi media sosial, sementara Firnanda (2023) menunjukkan bahwa konsumsi *fashion* anak muda berkaitan dengan strategi *self-branding* dan konstruksi identitas digital. Kedua, penelitian yang melihat *fashion* skena dalam konteks ruang sosial *coffee shop* sebagai arena pembentukan komunitas dan identitas teritorial. Ramadhani & Rosa (2024) menemukan bahwa *coffee shop* skena menjadi ruang kontestasi selera sekaligus membentuk identitas sosial berbasis gaya berpakaian trendi dan *edgy*. Ketiga, kajian yang menempatkan *fashion* dalam kerangka struktur sosial dan diferensiasi kelas. Pendekatan struktur modal Pierre Bourdieu dalam penelitian Listiani et al (2013) menunjukkan bahwa praktik *fashion* berkaitan dengan arena sosial dan distribusi modal kultural, sehingga mencerminkan posisi sosial tertentu. Sementara itu, melihat skena *fashion* di Kota Padang sebagai ruang alternatif ekspresi kultural Gen Z. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini memfokuskan pada *fashion* skena sebagai simbol yang dimaknai melalui proses interaksi sosial. Penelitian ini menggunakan perspektif interaksionisme simbolik Herbert Blumer untuk melihat bagaimana makna *fashion* skena dibentuk, dinegosiasikan, dan mengalami transformasi dalam interaksi antar pengunjung *coffee shop* di Kota Padang yang memiliki karakter sosial relatif homogen. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana pergeseran makna *fashion* skena terjadi dari sarana ekspresi diri menjadi alat diferensiasi sosial di ruang publik. Bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna *fashion* skena mengalami perubahan melalui proses interaksi simbolik yang tercipta di antara pengunjung Parewa *Coffee shop* Kota Padang.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif tipe studi kasus karena ingin memahami secara mendalam makna dan simbol *fashion* skena sebagai hasil dari proses interaksi simbolik di antara pengunjung Parewa *Coffee Shop*. 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, 2023). Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu peneliti memilih informan dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan dan tujuan peneliti (Nasution, 2023). Kriteria informan dalam penelitian ini adalah : (1) Pengunjung Parewa *Coffee shop*; (2) Pegawai Parewa *Coffee shop*; (3) Mahasiswa; (4) *Scenester*; (5) Barista skena. Dalam penelitian ini terdapat 16 orang informan yang terdiri dari 12 laki-laki dan 4 perempuan. Penelitian ini dilakukan menggunakan teknik pengumpulan data observasi partisipatif dan wawancara mendalam. Data yang diperoleh terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi partisipatif terhadap aktivitas Pengunjung Parewa Coffee di lokasi penelitian untuk memahami pola interaksi mereka (Kusumastuti & Khoiron, 2020). serta wawancara mendalam (*in-depth interview*) untuk menggali pandangan, motivasi, dan pengalaman informan dalam membangun makna simbol dan makna *fashion* skena (Suyadnya, 2018). Selain itu, dokumentasi berupa foto, unggahan media sosial, dan arsip lainnya turut dikumpulkan sebagai data pendukung (Sugiyono, 2023). 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).

Penelitian ini dilakukan di dua cabang Parewa *Coffee shop* di Kota Padang, yaitu cabang Jalan Flamboyan (Padang Barat) dan Jalan Bandar, mulai dari bulan Desember 2025 hingga Februari 2026. Observasi yang dilakukan mengamati pengunjung Parewa *Coffee Shop* Kota Padang, terutama pengunjung yang mengenakan *fashion* skena. Hasil observasi berupa penjelasan deskriptif dan dokumentasi di lokasi penelitian. Wawancara mendalam dimana peneliti menyiapkan pedoman wawancara dan menanyakan hal-hal terkait alasan menggunakan *fashion* skena, makna pakaian dan aksesoris yang dikenakan, pandangan informan terhadap pengunjung lain yang berpakaian skena maupun *non-skena*, serta bagaimana *fashion*

memengaruhi interaksi dan posisi sosial di lingkungan Parewa *Coffee shop*. Studi dokumen menggunakan data yang peneliti ambil sendiri saat observasi dan wawancara, selain itu menggunakan data milik informan yang dibutuhkan. Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi data jenis triangulasi teknik. Data dianalisis dengan teknik analisis Matthew Miles dan Huberman dengan proses reduksi data, penyajian data dan verifikasi data (Suwandi, 2014). Hasil penelitian dianalisis menggunakan teori Interaksionisme Simbolik oleh Herbert Blumer dengan menggunakan tiga premisnya yaitu (1) Manusia bertindak berdasarkan makna, (2) makna berasal dari interaksi sosial, (3) Makna tersebut disempurnakan melalui proses interaksi sosial berlangsung (Blumer, 1969).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, maka diperoleh jawaban dari rumusan masalah yang peneliti teliti, yaitu mengenai bagaimana makna simbolik *fashion* skena di Parewa *Coffee Shop* mengalami transformasi dari sarana ekspresi diri menjadi alat diferensiasi status sosial di antara pengunjung. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, peneliti menemukan beberapa makna simbolik *fashion* skena di Parewa *Coffee shop* mengalami transformasi dari sarana ekspresi diri menjadi alat diferensiasi status sosial di antara pengunjung berikut.

“Biar Dianggap Anak Kekinian” *Fashion* Sebagai Simbol Identitas dan Pengakuan Sosial

Penelitian menunjukkan bahwa *Fashion* Skena dimaknai oleh pengunjung Parewa *Coffee Shop* sebagai simbol identitas diri sekaligus sarana memperoleh pengakuan sosial. Bagi sebagian pengunjung, pilihan *outfit* tidak sekadar soal kenyamanan atau estetika, melainkan menjadi cara untuk menunjukkan bahwa dirinya “masuk” dan sesuai dengan lingkungan sosial Parewa. Hal ini diungkapkan oleh Adji (24 tahun, pengunjung Parewa tidak rutin) yang menyatakan bahwa:

“...Saya suka nongkrong di Parewa karena selain kopinya enak, suasananya juga asik buat ngobrol dan dengerin *live music*. Di sini saya banyak lihat beragam gaya *Fashion* anak muda, apalagi dengan adanya *photobooth* dari *Snapspot* yang bikin kita makin tertarik untuk tampil trendi dan kekinian. Bagi saya, *Fashion* bukan sekadar pelindung tubuh, tapi juga simbol jati diri dan ekspresi diri. Karena itu saya pilih baju yang *Instagramable* supaya teman-teman bisa foto untuk konten dan menunjukkan bahwa saya bagian dari anak kekinian dan Skena yang ada di sini...” (Wawancara tanggal 22 Desember 2025)

Pernyataan informan menunjukkan bahwa nongkrong di kafe bukan sekadar aktivitas konsumsi, tetapi ruang untuk membentuk dan mengekspresikan identitas melalui *fashion* dan interaksi visual. Selain menikmati kopi dan suasana, informan memperhatikan elemen estetis seperti spot foto yang populer di media sosial. *Fashion* dipahami sebagai simbol jati diri dan sarana ekspresi yang ditampilkan lewat konten digital, sehingga pilihan pakaian yang “*Instagramable*” menjadi cara untuk menunjukkan diri sebagai bagian dari kelompok kekinian dan skena. Dengan demikian, gaya berpakaian berperan sebagai strategi presentasi diri dan membangun rasa *belonging* di ruang sosial kafe. Hasil observasi lapangan memperlihatkan bahwa pengunjung yang mengenakan *fashion* skena seperti pakaian serba hitam, *oversize*, *sneakers*, dan aksesoris khas yang cenderung lebih mudah menarik perhatian dan terlibat dalam interaksi sosial, baik berupa percakapan, ajakan foto, maupun sekadar sapaan *non-verbal*. Pengamatan ini diperkuat oleh keterangan Teguh (21 tahun, mahasiswa Universitas Negeri Padang dan sebagai *waiters* di Parewa) yang menyatakan bahwa:

“...Kalau di Parewa itu, pengunjungnya kebanyakan anak muda, mereka tu punya gaya khas masing-masing gitu. Ada yang pakai baju *oversize*, celana gembrong, sama sepatu *sneakers*. Dan ada yang pakai gaya *vintage modern*, pakai kemeja motif sama aksesoris yang unik-unik gitu. Biasanya mereka itu nongkrong diluar yang ada *live music* sambil foto-foto dan buat konten gitu. Jadi menurut saya di Parewa itu *fashion* ga cuma gaya-gaya an aja, tapi sudah kayak simbol identitas gitu...” (Wawancara tanggal 20 Desember 2025)

Pernyataan informan menggambarkan bahwa pengunjung di Parewa memahami *fashion* sebagai bentuk ekspresi identitas diri dan bukan sekadar gaya atau gaya berpakaian biasa. Dalam konteks nongkrong di kafe dengan *live music*, informan melihat keberagaman gaya berpakaian mulai dari *oversize*, celana gembrong dan *sneakers*, hingga gaya *vintage modern* dengan aksesoris unik sebagai wujud simbol identitas sosial yang mencerminkan preferensi, karakter, dan afiliasi kelompok anak muda di lingkungan itu. Data wawancara ini memperlihatkan bahwa *fashion* dipilih bukan hanya berdasarkan estetika visual semata, tetapi juga sebagai cara untuk berkomunikasi dan menegaskan siapa diri mereka di dalam komunitas sosial tersebut, termasuk sebagai materi konten untuk media sosial yang memperkuat keterhubungan sosialnya

dengan teman serta menunjukkan keterlibatannya dalam skena kekinian yang ada di sana. Pengunjung dengan gaya Skena lebih mudah menyatu dan membangun obrolan dengan pengunjung lain yang memiliki gaya serupa. Dokumentasi berupa unggahan *TikTok* dan *Instagram* Parewa Coffee juga menunjukkan dominasi visual *fashion* skena sebagai representasi pengunjung, dapat terlihat dari gambar berikut:



Gambar 2. Pengunjung yang Mengenakan Fashion Skena

Sumber: Feed Instagram

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bagaimana *fashion* digunakan sebagai cara untuk “biar dianggap anak kekinian” dan mendapatkan pengakuan sosial di lingkungan pergaulan. Pilihan kaos grafis, gaya santai, dan tampilan yang mengikuti tren mencerminkan upaya menampilkan diri sebagai bagian dari generasi yang *up to date* dan relevan dengan budaya populer. Penampilan bukan hanya soal kenyamanan, tetapi menjadi sarana untuk menunjukkan identitas dan membangun citra diri di hadapan teman sebaya. Dengan gaya yang serupa dan sesuai tren, individu lebih mudah merasa diterima, dianggap nyambung, dan diakui sebagai bagian dari kelompok sosial yang dianggap modern dan mengikuti perkembangan zaman.

“Satu Vibes Baru Nyambung” Pembentukan Circle Melalui Simbol Sosial

Penelitian ini menemukan bahwa *fashion* skena berperan penting dalam pembentukan *circle* sosial dan rasa “satu *vibe*” di Parewa Coffee shop. Pengunjung sering kali merasakan kedekatan atau kesamaan sebelum terjadi interaksi verbal, yang didasarkan pada pembacaan simbol visual melalui gaya berpakaian. Subhan, Zahra dan Indri menyatakan bahwa:

“...Awalnya cuma sering lihat orang yang sama dengan gaya mirip. Waktu pertama kali datang ke sini saya sering ngelihat mereka nongkrong pakai gaya yang mirip-mirip gitu, kaya kita ngerti bahasa tubuhnya aja sudah nyambung tanpa ngobrol. Kita belum sempat ngobrol langsung sih, tapi dari situ udah ngerasa kayak satu *vibe*, ngerasa cocok sama gaya mereka, jadi seperti langsung ngerasa terhubung aja dari gayanya...” (Wawancara tanggal 22 Desember 2025).

Pernyataan informan menunjukkan bahwa *fashion* berfungsi sebagai komunikasi *non-verbal* yang membangun keterikatan sosial bahkan sebelum percakapan terjadi. Kesamaan gaya menciptakan “satu *vibe*” yang menandakan kedekatan identitas dan afiliasi sosial. Dengan demikian, pakaian menjadi kode simbolik yang menyampaikan nilai dan identitas, sekaligus memicu rasa pengakuan dan memiliki dalam suatu kelompok sosial. Observasi lapangan menunjukkan bahwa pengunjung dengan gaya berpakaian yang serupa cenderung duduk berdekatan, terutama di area *live music* dan *photobooth*. Kelompok-kelompok kecil terbentuk secara natural tanpa kesepakatan formal, melainkan melalui pembacaan simbol visual yang sama. Dokumentasi berupa tata ruang Parewa dan foto-foto *event* menunjukkan area tertentu menjadi titik kumpul pengunjung dengan gaya serupa, dapat terlihat dari gambar berikut:



Gambar 3. Suasana didekat Photobooth dan Live Music

Berdasarkan gambar diatas, memperlihatkan bagaimana ruang di Parewa *Coffee shop* tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul, tetapi juga sebagai arena simbolik tempat identitas dibangun dan dipertunjukkan. Kehadiran *spot* foto dengan tulisan “*Snap Spot*” serta dinding penuh tempelan visual menunjukkan bahwa dokumentasi dan produksi citra menjadi bagian penting dari praktik sosial pengunjung. Dalam konteks interaksionisme simbolik, ruang ini menyediakan simbol-simbol visual yang dapat digunakan pengunjung untuk membangun kesan diri dan menegaskan keterlibatan mereka dalam kultur skena. Sementara itu, suasana malam dengan pencahayaan mencolok dan kelompok anak muda yang duduk bersama menggambarkan bahwa interaksi sosial berlangsung berdampingan dengan aktivitas visual berfoto, berbagi cerita, dan tampil di hadapan teman sebaya. Dengan demikian, ruang dan dekorasi tidak netral, melainkan menjadi bagian dari konstruksi makna, di mana gaya, *pose*, dan kebersamaan membentuk pengalaman kolektif serta memperkuat rasa keanggotaan dalam komunitas tersebut.

“Penyesuaian Diri di Ruang Sosial”: Norma Tidak Tertulis

Berdasarkan hasil penelitian, *fashion* di Parewa *Coffee shop* tidak hanya digunakan sebagai bentuk gaya berpakaian, tetapi juga menjadi cara bagi pengunjung untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial. Pengunjung cenderung memilih gaya berpakaian yang sesuai dengan suasana Parewa agar merasa lebih nyaman dan mudah berinteraksi dengan pengunjung lain. Dengan menyesuaikan gaya berpakaian, pengunjung merasa tidak canggung dan lebih percaya diri ketika berada di ruang nongkrong tersebut. Hal ini terlihat dari hasil wawancara dengan beberapa pengunjung yang menyatakan bahwa mereka secara tidak langsung menyesuaikan *outfit* ketika datang ke Parewa. Subhan (24 tahun, barista Skena dan pengunjung Parewa) mengatakan:

“...Kalau Parewa itu, aku biasanya mikir juga mau pakai baju apa. Bukan karena ada aturan, tapi biar enak aja nyatunya sama suasana. Kadang aku lihat orang-orang nongkrong di sini pakai gaya yang unik-unik, jadi aku juga mikir supaya *outfit* aku nggak kelihatan aneh sendiri. Biar nyambung sama mereka, biar pas foto atau pas nongkrong kerasa cocok sama *vibe* yang ada di sini. Jadi memang pilihan baju itu penting buat aku, bukan aturan, tapi supaya aku ngerasa nyaman dan nggak beda dari orang lain di Parewa...” (Wawancara tanggal 22 Desember 2025).

Pernyataan informan tersebut menunjukkan bahwa pemilihan pakaian tidak hanya diputuskan berdasarkan kebutuhan fungsional, melainkan juga sebagai upaya untuk menyesuaikan diri secara visual dengan lingkungan sosial di Parewa. Informan menyatakan bahwa ia mempertimbangkan gaya berpakaian yang akan dikenakan supaya “nyambung sama suasana” dan tidak terlihat berbeda atau asing di antara pengunjung lainnya, yang berarti bahwa pakaian dipandang sebagai tanda sosial yang dapat menyampaikan pesan tentang identitas, keterhubungan, dan rasa kebersamaan dalam suatu komunitas. Dalam konteks ini, *fashion* berfungsi sebagai simbol yang memungkinkan individu merasa nyaman dan diterima oleh kelompok sosial tertentu, karena pilihan pakaian yang sesuai dapat menguatkan rasa identitas kolektif dan kesamaan gaya di antara anak muda yang berkumpul di situ. Hal serupa juga disampaikan oleh Andre (24 tahun, barista skena dan pengunjung Parewa), yang menilai bahwa menyesuaikan diri dengan gaya mayoritas membuat interaksi menjadi lebih lancar.

“...Di sini ga ada aturan harus pakai apa, tapi kan kelihatan juga mayoritas orang gaya gimana. Waktu aku pertama kali datang, aku perhatiin banget kalau hampir tiap orang nongkrong punya gaya yang mirip-mirip, jadi aku sering mikir dulu mau pakai baju apa biar nggak beda jauh sama yang lain. Bukan karena ada aturan resmi, tapi biar enak dilihatnya sama suasana di sini. Kadang kalau *style* aku terlalu beda, ngerasa jadi aneh sendiri, jadi aku berusaha nyesuaiin sedikit biar ngobrolnya juga lebih gampang sama yang lain. Ya pokoknya aku mikir *outfit* itu penting biar nyambung sama *vibe* yang ada di sini...” (Wawancara tanggal 22 Desember 2025).

Hasil observasi lapangan memperkuat temuan tersebut. Pengunjung yang mengenakan gaya berpakaian yang selaras dengan suasana Parewa terlihat lebih mudah terlibat dalam percakapan, baik dengan teman maupun dengan pengunjung lain yang baru dikenal. Wawancara dengan pengunjung rutin juga menunjukkan bahwa penyesuaian diri melalui *fashion* membantu menghindari rasa canggung. Rezki (24 tahun, pengunjung Parewa rutin) mengungkapkan:

“...Kadang bukan soal mau ikut-ikutan, tapi biar nyaman aja. Kalau pakaiannya nyambung sama suasana, rasanya lebih pede buat nongkrong lama. Aku tuh kalau dateng ke sini paling perhatiin dulu orang-orang yang nongkrong, gaya mereka ini beda-beda, tapi kalau *style* kita juga nyambung, ngobrolnya jadi lebih enak dan nggak *awkward*. Jadi bukan karena ada aturan,

tapi memang biar aku sendiri ngerasa cocok sama suasana di Parewa, santai aja gitu misalnya kalau nongkrong lama sambil dengerin musik atau foto-foto bareng temen-temen...” (Wawancara tanggal 20 Desember 2025)

Pernyataan informan menunjukkan bahwa pilihan *fashion* di lingkungan seperti Parewa dipahami sebagai cara untuk merasa nyaman dan terhubung secara sosial, bukan sekadar mengikuti aturan. Tanpa ketentuan resmi, pengunjung menyesuaikan gaya berpakaian dengan mayoritas agar terlihat “nyambung” dan tidak merasa asing. *Fashion* berfungsi sebagai kode visual dan komunikasi *non-verbal* yang menandakan identitas serta keanggotaan kelompok, sehingga membantu membangun rasa percaya diri, keterikatan, dan kelancaran interaksi sosial. Studi dokumentasi berupa poster acara dan konten media sosial Parewa *Coffee shop* menampilkan gaya berpakaian tertentu yang konsisten dan merepresentasikan identitas Parewa sebagai ruang skena anak muda. Dokumentasi ini secara tidak langsung menjadi referensi bagi pengunjung dalam menentukan gaya berpakaian ketika datang ke Parewa *Coffee Shop*. Dapat dilihat dari gambar berikut:



Gambar 4. Outfit Skena Pengunjung Parewa Coffee

Sumber: Instagram @parewacoffee

Berdasarkan gambar diatas, bagaimana *fashion* skena dimaknai dan “dikerjakan” oleh pengunjung di Parewa *Coffee shop* sebagai simbol identitas yang dibangun melalui interaksi sosial. Dalam perspektif Herbert Blumer, pilihan *outfit* seperti kaos grafis, celana longgar, aksesoris, hingga *pose* saat berfoto bukan sekadar gaya personal, tetapi simbol yang diberi makna bersama dalam ruang sosial tersebut. Melalui pengamatan, respons teman sebaya, dan praktik dokumentasi visual, pengunjung belajar bahwa penampilan tertentu menandakan keanggotaan, kedekatan dengan kultur skena, serta kesiapan untuk terlibat dalam percakapan dan jejaring sosial. Dengan demikian, *fashion* berfungsi sebagai bahasa simbolik yang menegaskan posisi diri, membangun rasa percaya diri, serta mempermudah proses penerimaan dalam komunitas yang terbentuk di ruang kopi tersebut.

Pergeseran Makna: Dari Kebersamaan ke “Paket Siap Pakai”

Penelitian ini menemukan adanya pergeseran makna *fashion* skena di Parewa *Coffee shop*. *Fashion* Skena tidak lagi sepenuhnya dimaknai sebagai bagian dari nilai kebersamaan atau pengalaman kolektif, melainkan sebagai gaya visual yang mudah ditiru. Pergeseran makna tersebut terlihat dari hasil wawancara dengan pengunjung yang menyatakan bahwa *fashion* skena saat ini dapat dengan mudah ditiru melalui media sosial. Agid Hafiza dan Andre menyampaikan bahwa:

“...Kalau sekarang tuh skena kayak udah ada paketnya. Tinggal lihat di *Instagram* atau *TikTok* Parewa, terus tiru. Saya tuh sering lihat banyak anak nongkrong di sini pakai gaya yang mirip-mirip, jadi ya memang kalau mau ikut skena itu sekarang paling gampang tinggal buka *Instagram* atau *TikTok* buat liat referensinya. Kadang aku sendiri mikir dulu sebelum dateng apa yang mau aku pakai biar gak jauh beda gayanya sama mereka. Kan kalau *outfit* kita nyambung sama apa yang lagi tren di sini, pas nongkrong atau foto juga lebih enak, nggak keliatan aneh sendiri. Jadi sekarang tuh skena *fashion* kayak udah jadi paket visual yang bisa kita tiru langsung dari sosial media, gak perlu pusing mikirin asalnya, yang penting ya *fashion* kita keliatan sesuai sama *vibe* yang ada...” (Wawancara tanggal 22 Desember 2025)

Pernyataan informan menunjukkan bahwa media sosial, terutama *Instagram* dan *TikTok*, menjadi sumber referensi visual utama dalam pembentukan skena *fashion* remaja. Gaya berpakaian dipahami sebagai “paket visual siap tiru” yang dapat langsung diikuti tanpa memahami makna historisnya. Tren yang tersebar di media sosial tidak hanya memengaruhi pilihan busana, tetapi juga membentuk standar kepantasan dalam lingkungan sosial tertentu, sehingga remaja merasa lebih percaya diri dan nyaman. Paparan konten *fashion* tersebut turut membentuk cara mereka mengeksplorasi dan mengonstruksi identitas diri melalui penampilan.

Hasil observasi lapangan memperkuat temuan tersebut. Pengunjung sering terlihat menghabiskan waktu untuk berfoto dan membuat konten, dengan pada utama pada *outfit* dan latar tempat. Interaksi sosial yang terjadi cenderung singkat dan lebih berorientasi pada aktivitas dokumentasi visual. Husnul Riski dan Farhan menyatakan bahwa:

“..Sekarang jadi skena itu gampang. Ya, kan tinggal beli baju yang lagi rame, terus langsung foto di Parewa, lalu *upload* di *Instagram* atau *TikTok*. Orang langsung mikir kita kayak anak skena gitu, padahal mungkin baru pertama kali datang ke sini. Dulu mungkin *fashion* itu butuh pengalaman dan cerita sendiri, tapi sekarang ya cukup ngikutin yang ngopi di sini, lihat referensinya di sosial media, terus tiru aja. Kalau *outfit* kita mirip sama yang lagi tren di sini, ya tampilannya langsung kelihatan skena, enak buat foto, enak buat nongkrong, nggak harus mikir panjang soal apa artinya yang penting ya gayanya nyambung sama *vibe* yang lagi ada...” (Wawancara tanggal 22 Desember 2025).

Pernyataan informan menunjukkan bahwa media sosial telah mempermudah proses menjadi bagian dari skena *fashion* anak muda, di mana seseorang dapat meniru gaya yang populer hanya dengan melihat *Instagram* atau *TikTok* dan mengunggah foto di tempat nongkrong seperti Parewa. Informan menekankan bahwa pengalaman atau pemahaman sejarah skena kini tidak lagi menjadi syarat utama, yang penting adalah visual pakaian dan kesesuaian dengan *vibe* yang sedang tren. Hal ini mencerminkan bahwa *fashion* berfungsi sebagai simbol identitas yang bisa dipelajari secara cepat melalui referensi digital, sehingga individu dapat menampilkan diri sebagai bagian dari komunitas tertentu, memperoleh pengakuan sosial, dan merasa nyaman dalam interaksi sosial tanpa harus melalui proses pengalaman panjang atau interaksi langsung sebelumnya. Studi dokumentasi berupa unggahan *Instagram* dan *TikTok* Parewa *Coffee shop* menunjukkan dominasi visual *fashion* skena yang seragam, sehingga memperkuat persepsi bahwa gaya skena dapat direplikasi dengan mudah. Dapat dilihat dari gambar berikut:



Gambar 5. Seragam Barista/Waiters Parewa Coffee

Sumber: Instagram @parewacoffee

Berdasarkan gambar diatas, temuan ini bersifat konvergen dan menunjukkan adanya pergeseran makna *fashion* skena. Tema “paket siap pakai” memperlihatkan perubahan pusat makna skena. Dalam Blumer, Tindakan meniru simbol (*outfit*, *pose* foto, titik *photobooth*, gaya konten) terjadi karena simbol tersebut dimaknai sebagai jalan cepat untuk “terlihat skena”. Makna skena kemudian lebih difokuskan pada keterlihatan (*visibility*) daripada pengalaman kebersamaan. Dalam makna “skena tampilan visual tertentu” terbentuk melalui interaksi sosial yang kini tidak hanya di ruang fisik, tetapi juga di ruang digital. Respons berupa *likes*, komentar, *repost*, tren gaya, dan pengulangan format konten membuat standar visual makin solid. Media sosial di sini bukan sekadar faktor luar, melainkan arena interaksi simbolik tempat makna diproduksi, disebarkan, dan dinegosiasikan. menjelaskan modifikasi makna: simbol skena yang sebelumnya terkait pengalaman sosial (kelompok, kebersamaan, *event*) direduksi menjadi *template* yang bisa diadopsi tanpa harus masuk ke relasi yang lebih dalam. Perubahan ini tidak selalu menghapus kebersamaan sepenuhnya, tetapi menggeser pusatnya dari kebersamaan sebagai inti menjadi visual sebagai pintu utama pengakuan sosial.

Proses Belajar Simbol: Menjadi Bagian Skena Secara Bertahap

Penelitian menunjukkan bahwa menjadi bagian dari Skena di Parewa *Coffee shop* tidak terjadi secara instan, melainkan melalui proses belajar simbol yang berlangsung secara bertahap. Pengunjung yang awalnya datang tanpa pemahaman mengenai gaya, kebiasaan, dan simbol-simbol skena secara perlahan mempelajarinya melalui interaksi dan pengamatan terhadap pengunjung lain. Proses ini mencakup cara berpakaian, cara berinteraksi, hingga kebiasaan yang dianggap wajar dan diterima dalam lingkungan Parewa. Hal tersebut terlihat dari hasil wawancara dengan pengunjung yang menyatakan bahwa

pemahaman terhadap simbol skena diperoleh seiring dengan intensitas kunjungan. Ayub (24 tahun, *scenester*, mahasiswa Universitas Negeri Padang dan pengunjung Parewa rutin) mengungkapkan bahwa pada awalnya ia datang ke Parewa tanpa memahami simbol-simbol yang ada, namun seiring waktu ia mulai memahami pola yang berlaku.

“...Awalnya saya datang ke Parewa hanya karena diajak teman. Waktu itu saya belum terlalu paham soal gaya atau kebiasaan di sini. Tapi setelah sering datang, saya jadi mulai mengerti sendiri, mulai dari cara berpakaian sampai cara berinteraksi...” (Wawancara tanggal 22 Desember 2025).

Berdasarkan kutipan wawancara tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa keterlibatan informan di Parewa tidak terjadi secara langsung sebagai bentuk identitas yang sudah matang, melainkan melalui proses bertahap yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Kehadiran awal yang didorong oleh ajakan teman menunjukkan adanya faktor pergaulan sebagai pintu masuk ke dalam ruang nongkrong tersebut. Seiring dengan intensitas kunjungan yang meningkat, informan mulai melakukan penyesuaian diri, baik dalam hal cara berpakaian maupun cara berinteraksi. Hal ini memperlihatkan bahwa identitas dan gaya tidak terbentuk secara instan, tetapi melalui proses belajar sosial, pengamatan, serta peniruan terhadap kebiasaan yang berlaku di ruang tersebut. Dengan kata lain, Parewa bukan hanya menjadi tempat berkumpul, tetapi juga ruang pembentukan makna dan praktik sosial yang membentuk cara individu menampilkan dirinya di hadapan orang lain. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Pute dan Novran yang menyatakan bahwa proses belajar simbol terjadi tanpa adanya arahan secara langsung.

“...Kalau sering ke sini, pasti pelan-pelan paham. Nggak ada yang ngajarin langsung atau aturan tertulis yang harus diikuti, tapi kita belajar sendiri dari suasananya. Awalnya cuma lihat-lihat saja, perhatiin orang lain cara mereka duduk, cara mereka pakai baju, sampai cara mereka ngobrol. Lama-lama jadi terbiasa dan ngerti, oh kalau di Parewa biasanya gayanya seperti ini, cara bercandanya seperti ini, dan topik obrolannya juga kurang lebih seperti itu. Jadi semuanya mengalir saja. Kita menyesuaikan diri bukan karena disuruh, tapi karena merasa lebih nyaman kalau bisa mengikuti kebiasaan yang ada di sini...” (Wawancara tanggal 20 Desember 2025).

Berdasarkan kutipan wawancara tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa proses penyesuaian diri di Parewa berlangsung secara tidak formal dan tanpa aturan yang dinyatakan secara jelas. Informan menunjukkan bahwa pemahaman terhadap gaya berpakaian, cara berbicara, hingga pola interaksi terbentuk melalui pengamatan dan kebiasaan yang dilakukan berulang kali. Proses ini memperlihatkan adanya mekanisme belajar sosial, di mana individu menyesuaikan dirinya dengan lingkungan melalui observasi dan pengalaman langsung, bukan melalui arahan eksplisit. Penyesuaian tersebut juga didorong oleh keinginan untuk merasa nyaman dan diterima dalam kelompok, sehingga individu secara perlahan menginternalisasi kebiasaan yang berkembang di ruang tersebut. Dengan demikian, Parewa berfungsi bukan hanya sebagai tempat berkumpul, tetapi sebagai ruang sosial yang membentuk pola perilaku dan cara individu menampilkan dirinya dalam interaksi sehari-hari. Hasil observasi lapangan menunjukkan perbedaan yang cukup jelas antara pengunjung baru dan pengunjung yang sudah rutin datang. Pengunjung yang telah terbiasa dengan suasana Parewa terlihat lebih luwes dalam berinteraksi, memahami gestur sosial, serta menyesuaikan gaya berpakaian dengan lingkungan sekitar. Tony (24 tahun, pengunjung Parewa rutin) menyatakan bahwa proses adaptasi tersebut berlangsung secara alami.

“...Waktu pertama kali datang ke Parewa, saya sempat merasa canggung dan agak bingung harus bersikap seperti apa. Soalnya saya belum terlalu kenal dengan orang-orang di sini dan belum paham bagaimana suasana nongkrongnya. Saya lebih banyak diam dan memperhatikan sekitar saja. Tapi setelah beberapa kali datang, pelan-pelan rasa canggung itu hilang. Saya mulai terbiasa dengan suasananya, sudah tahu bagaimana cara orang-orang di sini berinteraksi, dan jadi lebih percaya diri untuk ikut ngobrol. Sekarang rasanya lebih nyaman, karena sudah merasa familiar dengan tempat dan lingkungannya...” (Wawancara tanggal 22 Desember 2025).

Berdasarkan kutipan wawancara tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa pengalaman awal informan di Parewa ditandai dengan rasa canggung yang muncul karena belum adanya pemahaman terhadap situasi sosial yang berlangsung di ruang tersebut. Perasaan tidak nyaman pada tahap awal menunjukkan adanya jarak antara individu dengan lingkungan sosial yang baru dimasukinya. Namun, seiring dengan intensitas kehadiran yang meningkat, informan mulai mengenali pola interaksi, suasana, dan kebiasaan yang berkembang di tempat tersebut. Proses pengenalan ini secara perlahan mengurangi rasa canggung dan membangun rasa percaya diri untuk terlibat lebih aktif dalam percakapan. Hal ini memperlihatkan bahwa

kenyamanan sosial tidak muncul secara instan, melainkan melalui proses adaptasi dan pembiasaan yang memungkinkan individu merasa menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Temuan ini juga diperkuat oleh Reza Kurnia dan Caca yang menyebutkan bahwa proses belajar simbol di Parewa tidak hanya terkait dengan *fashion*, tetapi juga cara bersikap dalam interaksi sosial.

“...Kalau baru pertama kali datang ke Parewa memang agak bingung dan merasa belum tahu harus bersikap seperti apa. Saya lebih banyak memperhatikan dulu, melihat bagaimana orang-orang di sini duduk, berbicara, dan berinteraksi satu sama lain. Rasanya seperti masih menyesuaikan diri dengan suasana yang ada. Tapi setelah beberapa kali datang, lama-lama jadi tahu sendiri kebiasaan di sini. Saya mulai paham bagaimana cara orang membawa diri, bagaimana gaya berpakaian yang sering dipakai, sampai cara bercanda atau menanggapi obrolan. Jadi semuanya terasa lebih natural, karena sudah mengerti pola yang berkembang di tempat ini...” (Wawancara tanggal 22 Desember 2025)

Berdasarkan kutipan wawancara, pengalaman awal informan di Parewa menunjukkan proses adaptasi terhadap norma dan kebiasaan yang berlaku. Rasa bingung pada kunjungan pertama mencerminkan belum dipahaminya pola interaksi di ruang tersebut. Namun, melalui kehadiran berulang dan pengamatan, informan menyesuaikan diri dengan aturan tidak tertulis yang mengatur perilaku kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa Parewa berfungsi sebagai ruang sosial yang membentuk sikap dan cara individu menempatkan diri. Dokumentasi media sosial dan foto kegiatan juga memperlihatkan konsistensi gaya berpakaian dan pola interaksi, yang memperkuat proses belajar tersebut. Hal ini dapat terlihat pada gambar berikut:



Gambar 6. Suasana Pengunjung Melihat Event di Parewa Coffee

Sumber: Instagram @Parewacoffee

Berdasarkan gambar tersebut menunjukkan sekelompok anak muda yang berkumpul di ruang sosial Parewa Coffee dengan penampilan yang relatif seragam dalam gaya berpakaian kasual seperti kaos, celana longgar, dan aksesoris yang mencerminkan estetika tertentu. Kehadiran mereka tidak hanya sebagai pengunjung kafe, tetapi juga sebagai bagian dari komunitas yang membangun identitas kolektif melalui gaya berpakaian. Dalam konteks budaya skena, *fashion* menjadi simbol yang digunakan untuk mengekspresikan identitas, menunjukkan afiliasi dengan kelompok tertentu, serta membangun rasa kebersamaan di antara sesama anggota komunitas. Gaya berpakaian yang terlihat pada gambar tersebut dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi *non-verbal* yang menandakan keterlibatan individu dalam budaya skena yang berkembang di ruang sosial seperti Parewa Coffee.

Pembahasan

Penelitian ini menggunakan teori Interaksionisme Simbolik oleh Herbert Blumer untuk bagaimana simbol dan makna *fashion* skena pada pengunjung Parewa Coffee tercipta melalui interaksi dengan konsep sosial tiga premis yang dikemukakan oleh Herbert Blumer. Tiga premis tersebut menjelaskan bahwa manusia bertindak berdasarkan makna, makna berasal dari interaksi sosial, dan makna-makna tersebut disempurnakan melalui interaksi sosial (Blumer, 1969). Dasar-dasar teori premis dari Herbert Blumer yang terdapat penelitian ini antara lain:

Manusia Bertindak Berdasarkan Makna

Manusia bertindak berdasarkan makna merupakan premis yang pertama yang digagas oleh Herbert Blumer. Premis (1) menjelaskan bahwa manusia tidak sekadar bereaksi terhadap rangsangan dari lingkungan, melainkan menafsirkan terlebih dahulu makna dari objek, simbol, atau tindakan orang lain sebelum bertindak. Objek yang dimaksud dapat berupa benda fisik, individu lain, kelompok sosial, institusi,

maupun situasi yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari (Blumer, 1969). Dalam konteks *fashion* skena di Parewa *Coffee Shop*, tindakan pengunjung dalam memilih dan menampilkan gaya berpakaian tidaklah semata soal preferensi estetis atau mengikuti tren global, melainkan dipandu oleh makna sosial yang mereka bangun melalui interaksi dengan lingkungan sosialnya (Qorib et al., 2023). Menurut teori interaksionisme simbolik, manusia cenderung beraksi terhadap objek, orang, atau fenomena sosial berdasarkan makna yang mereka berikan setelah melalui proses interpretasi dan interaksi sosial dengan orang lain (Riauan et al., 2020). Artinya, bahwa tindakan manusia didasarkan pada makna, tampak dalam cara pengunjung memilih *fashion* skena saat berada di Parewa *Coffee shop*. Pakaian tidak dipilih secara acak, melainkan sebagai sarana untuk menampilkan diri sesuai dengan identitas yang ingin ditunjukkan di ruang publik (Lestari, 2014). *Fashion* skena dipahami sebagai simbol yang merepresentasikan selera, gaya hidup, serta kedekatan dengan kultur skena, sehingga mendorong individu bertindak untuk menyesuaikan penampilannya dengan ekspektasi sosial yang berkembang di lingkungan *coffee shop* (Bunyamin, Nurnazmi, 2022; Cinde et al., 2024). Makna ini bukan sesuatu yang inheren pada pakaian itu sendiri, tetapi dibentuk melalui observasi, pengalaman, dan kesepakatan sosial antaranggota komunitas skena di lingkungan tersebut.

Makna Berasal dari Interaksi Sosial

Makna berasal dari interaksi sosial merupakan premis yang kedua yang digagas oleh Herbert Blumer. Premis (2) menjelaskan bahwa makna muncul dari interaksi sosial yang dilakukan manusia dengan orang lain. Artinya, makna yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, tindakan, atau simbol tidak muncul secara alami dari objek tersebut, tetapi terbentuk melalui proses interaksi dan komunikasi dengan individu lain dalam masyarakat (Blumer, 1969). dapat dilihat secara nyata dalam praktik *fashion* skena pada pengunjung Parewa *Coffee Shop* di Kota Padang. Gaya berpakaian yang ditampilkan oleh para pengunjung tidak serta-merta memiliki arti tertentu sejak awal, melainkan memperoleh maknanya melalui proses interaksi yang berlangsung di ruang nongkrong tersebut. Mengacu pada pemikiran Herbert Blumer dalam *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*, makna muncul melalui interaksi sosial, tercermin dari cara *fashion* skena dibaca dan diinterpretasikan oleh pengunjung lain. *Fashion* berfungsi sebagai bahasa *non-verbal*, di mana penampilan menjadi medium komunikasi simbolik antarindividu (Safari & Nurhida, 2024). Pengunjung yang mengenakan atribut skena tertentu cenderung lebih mudah dikenali, diterima, dan diposisikan sebagai “bagian dari Skena”, sementara pengunjung dengan gaya berpakaian di luar skena kerap ditempatkan sebagai pihak luar (Bachtiar et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa makna *fashion* tidak melekat secara objektif pada pakaian, melainkan dibentuk dan diperkuat melalui proses saling mengamati, menilai, dan merespons antar pengunjung (Johnson et al., 2014; Siregar, 2016).

Gagasan tersebut berakar pada pemikiran George Herbert Mead dalam *Mind, Self, and Society*, yang menegaskan bahwa pemahaman individu terhadap simbol terbentuk melalui komunikasi dengan orang lain. Artinya, *fashion* skena di Parewa *Coffee* tidak memiliki makna yang melekat secara alami pada pakaian itu sendiri, tetapi menjadi bermakna karena disepakati dan dipahami bersama oleh para pengunjung. Melalui interaksi yang berulang, simbol-simbol tersebut akhirnya membentuk identitas kolektif dan menjadi pedoman tidak tertulis tentang bagaimana seseorang seharusnya menampilkan diri di ruang sosial tersebut (Yesica & Utami, 2025).

Makna-makna Disempurnakan Melalui Proses Interaksi Sosial yang Berlangsung

Makna-makna disempurnakan melalui proses interaksi sosial yang berlangsung merupakan premis ketiga yang digagas oleh Herbert Blumer. Premis (3) menjelaskan bahwa makna yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek atau simbol dapat dimodifikasi atau diubah melalui proses interpretasi yang dilakukan individu ketika berinteraksi dengan lingkungannya (Blumer, 1969). Dapat dipahami bahwa simbol tidak berhenti pada satu arti yang tetap, tetapi terus diperjelas, ditegaskan, bahkan diubah melalui pengalaman dan hubungan sosial yang berulang. Dalam konteks *fashion* skena pada pengunjung Parewa *Coffee Shop* di Kota Padang, simbol-simbol seperti kaos *band*, *outfit* bernuansa *vintage*, sepatu tertentu, atau aksesoris khas tidak langsung memiliki makna yang utuh sejak awal (Kaiser & B, 2012; Misbahuddin & Sholihah, 2018). Interaksionisme simbolik menekankan bahwa makna terus dimodifikasi melalui proses interpretasi (*mind*). Dalam penelitian ini ditemukan bahwa *fashion* skena mengalami transformasi makna, dari awalnya sebagai sarana ekspresi diri menjadi alat diferensiasi sosial (Alshayeb, 2025). Pengunjung tidak hanya berpikir tentang kenyamanan atau selera pribadi, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana penampilan mereka akan dipersepsikan oleh orang lain. Proses reflektif ini menunjukkan bahwa individu secara sadar menggunakan simbol *fashion* untuk memperoleh pengakuan, gengsi, atau posisi sosial tertentu di ruang nongkrong (Ramadhani & Rosa, 2024). Kondisi ini mempertegas bahwa makna *fashion* bersifat dinamis dan terus disempurnakan selama interaksi sosial berlangsung.

Pemikiran ini sejalan dengan gagasan George Herbert Mead yang menekankan bahwa pemahaman terhadap simbol berkembang melalui proses komunikasi dan pengambailan peran (*role-taking*). Dalam

praktiknya, ketika seorang pengunjung mencoba menyesuaikan gaya berpakaian dengan suasana Parewa, ia sedang membaca respons sosial di sekitarnya. Respons tersebut kemudian memperkuat atau mengubah pemahamannya terhadap simbol yang dikenakan (Pugersari et al., 2025). Dengan demikian, makna *fashion* skena di Parewa *Coffee* bukan sesuatu yang statis, tetapi terus disempurnakan melalui dinamika interaksi sosial yang hidup di dalamnya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa makna skena dalam perspektif interaksionisme simbolik bukanlah sesuatu yang bersifat tetap, melainkan terus terbentuk dan berubah melalui proses interaksi sosial antar individu. Makna skena muncul dari proses komunikasi simbolik yang berlangsung secara berulang, baik melalui interaksi tatap muka maupun melalui media sosial, yang melibatkan berbagai aktor di dalamnya. Perubahan makna skena mencerminkan bagaimana individu menafsirkan simbol, tindakan, serta norma yang berkembang dalam lingkungan sosial tertentu. Pada tahap awal, skena dipahami sebatas sebagai ruang berkumpul dan bersosialisasi. Namun, seiring intensitas interaksi yang semakin meningkat, makna tersebut berkembang menjadi ruang ekspresi identitas, negosiasi posisi sosial, serta pembentukan nilai dan kesepakatan bersama di antara para pelaku skena. Selain itu, interaksi simbolik seperti penggunaan istilah khas, gestur sapaan, gaya komunikasi, serta simbol-simbol *non-verbal* memegang peranan penting dalam membentuk dan mempertahankan makna skena. Penelitian ini terbatas membahas tentang bagaimana simbol dan makna *fashion* skena tercipta melalui interaksi sosial pada pengunjung Parewa *Coffee* Kota Padang, dikarenakan data yang peneliti dapatkan sangat bergantung pada kedalaman wawancara dan keterbukaan informan. Keterbatasan waktu observasi dan jumlah informan juga membatasi variasi pengalaman yang bisa peneliti gali lebih dalam. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan skena tidak hanya ditentukan oleh aspek fisik atau lokasi semata, melainkan lebih oleh dinamika sosial yang terus berlangsung. Dengan demikian, makna skena dapat dipahami sebagai konstruksi sosial yang senantiasa diperbarui melalui interaksi simbolik, yang mencerminkan dinamika budaya dan sosial di dalamnya. Penelitian ini diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengkaji skena sosial lain dengan karakteristik yang berbeda, sehingga pemahaman mengenai proses pembentukan dan perubahan makna skena dapat diperluas dalam konteks yang lebih beragam.

Daftar Pustaka

- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Alshayeb, S. (2025). The Sociology of Fashion : How Clothing Shapes Identity and Class. *Art and Social Sciences Journal*, 10(1).
- Aryanto, T. N., Tjahjadi, E., & Setijadi, N. N. (2025). Citayam Fashion Week Dan Tiktok : Bentuk Transformasi Digital Dan Dinamika Sosial Anak Muda. *Urban Nivedana : Journal of Communication and Language*, 6(3), 743-754.
- Awaludin. (2024). Skena: Dari Gaul Hingga Identitas, Fenomena Anak Muda Kekinian. https://www.beritانب.co.id/intertainment/1555037331/skena-dari-gaul-hingga-identitas-fenomena-anak-muda-kekinian?utm_source=chatgpt.com
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism Perspective and Method*. Univ of California Press.
- Cinde, C. N. (2024). Fashion sebagai Media Komunikasi Artifaktual dalam Pembentukan Identitas Sosial Mahasiswi UNSAM Langsa. *Jurnal Riset Ilmu Komunikasi dan Media*, 1(1), 25-34.
- Farika, N. (2021). Mari Merona dengan Skena. <https://www.antaranews.com/interaktif/mari-merona-dengan-skena/index-mobile.html>
- Johnson, K., Lenon, S. J., & Rudd, N. (2014). Dress, body and self: Research in the social psychology of dress. *Fashion and textiles*, 1(1), 20.
- Kaiser, S. B., & Green, D. N. (2022). *Fashion and cultural studies*. Bloomsbury Publishing.
- Kartikasari, R. D. (2024). The Existence of Indonesian Indie Bands in the Era of Generation Z: A Review and Challenges. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 11(11), 252-262.
- Kristina, S., Abidin, Z., Hariyanto, F., Komunikasi, I., & Politik, I. (2024). Konstruksi identitas diri remaja pengguna Korean fashion pada media sosial TikTok. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 26-34.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmad, T. A. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.

-
- Lestari, S. B. (2014). Fashion sebagai komunikasi identitas sosial di kalangan mahasiswa. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 14(3), 225-238.
- Listiani, W., Ahimsa-Putra, H. S., Simatupang, G. L. L., & Piliang, Y. A. (2013). Struktur Modal Pierre Bourdieu pada Pelaku Kreatif Grafis Fashion Bandung. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 1(1), 76-89.
- 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>
- Misbahuddin, M. (2018). Pakaian sebagai penanda: Kontruksi identitas budaya dan gaya hidup masyarakat Jawa (2000-2016). *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 6(2), 113-133.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Poltekkes Adi Sutjipto.
- Ningsih, N. M., & Alimi, M. Y. (2025). Adaptasi fashion muslimah kontemporer di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Semarang melalui media sosial. *Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama (JISA)*, 8(1), 141-157.
- Nugraha, F. A. (2025). Menyusuri jejak sejarah perkembangan skena musik indie di Jakarta. <https://megapolitan.antaranews.com/berita/447109/menyusuri-jejak-sejarah-perkembangan-skena-musik-indie-di-jakarta>
- Nurhasanah, N., Bunyamin, B., & Nurnazmi, N. (2022). Makna Simbolik Tradisi Compo Sampari Dan Compo Baju Dalam Kajian Teori Interaksionisme Simbolik Teori Herbert Blumer (Studi Desa Simpasai Kecamatan Lambu Kabupaten Bima). *Edu Sociata (Jurnal Pendidikan Sosiologi)*, 5(2), 45-53.
- Pamungkas, B., Tejapermana, P., & Barnawi, E. (2025). Komoditas Musik Dalam Skena Musik Underground Di Bandar Lampung. *Sulawesi Tenggara Educational Journal*, 5(1), 210-216.
- Prabandari, A. I. (2025). Memahami Arti Skena: Definisi, Sejarah, dan Pengaruhnya dalam Budaya. <https://www.liputan6.com/feeds/read/5890385/memahami-arti-skena-definisi-sejarah-dan-pengaruhnya-dalam-budaya>
- Pradipta, I. B., Dienaputra, R. D., & Septiani, A. (2021).) Fashion Streetwear as a Support for Indie Musicians in Bandung city. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 05(1).
- Pugersari, D., & Alfarisi, S. (2025). Fashion sebagai Medium Visual: Analisis Kreativitas Desain dan Identitas Sosial Mahasiswa Universitas Budi Luhur. *Pantarei*, 1(1), 7-14.
- Purba, J. P. (2024). Skena Adalah: Memahami Fenomena Subkultur Anak Muda. <https://www.liputan6.com/feeds/read/5720728/skena-adalah-memahami-fenomena-subkultur-anak-muda>
- Qorib, F., Ermelinda, J., & Oktarina, R. A. (2023). Penggunaan busana sebagai bentuk ekspresi dan identitas mahasiswa di media sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 236-251.
- Ramadhani, D. E., & Rosa, D. V. (2024). Fashion skena: Kontestasi tampilan kaum muda di coffee shop Jember. *Jurnal Studi Pemuda*, 12(1), 66.
- Riauan, M. A. I. (2020). Refleksi Anomali Makna Perilaku Merokok di Kalangan Dosen Universitas Islam Riau. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(2), 207-222.
- Rosa, N. (2023). Skena Jadi Kata Paling Tren di Pencarian Google 2023, Ini Arti dan Ciri-cirinya. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7099894/skena-jadi>.
- Safari, Y. & Nurhida, P. (2024). Pentingnya Pemahaman Konsep Dasar Matematika dalam Pembelajaran Matematika. *Karimah Tauhid*, 3(9), 9817-9824
- Saputro, P. W., Syahira, A., Fauzi, A., Adiyana, F., & Sintasari, D. P. (2025). Jargon Sebagai Representasi Identitas dan Media Ekspresi Visual Dalam Komunitas Fashion Digital. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra*, 12(2), 147-158.
- Siregar, N. S. S. (2016). Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. *Perspektif*, 1(2), 100-110. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v1i2.86>
- Sugiyono, S. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus (Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. Alfabeta.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research: Indonesian Institute for Corporate Learning and Studies (IICLS)*, 5(2), 28-33.
- Suwandi, S. & Basrowi, B. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.
- Suyadnya, I. W. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif: berbagi pengalaman dari lapangan*. Rajawali Press.
- Tanmenan, R. & Cimag, C. (2021). Padang: Skena Musik dan Kota. <https://pophariini.com/bising-kota/padang-skena-musik-dan-kota/>
- Yessica, Y., & Utami, L. S. S. (2025). Peran komunikasi artifaktual dalam membangun identitas visual dan budaya mahasiswa fashion di Burgo Indonesia. *Kiwari*, 4(2), 328-335.
-