

**KONSTRUKSI GAYA HIDUP *SKENA KALCER* DI KALANGAN REMAJA
KOTA PADANG DALAM PERSPEKTIF PETER L. BERGER DAN
THOMAS LUCKMANN**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu (S1) Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang*



**MUHAMMAD REZA KURNIA
NIM. 19058065**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**KONSTRUKSI GAYA HIDUP *SKENA KALCER* DI KALANGAN REMAJA KOTA
PADANG DALAM PERSPEKTIF PETER L. BERGER DAN THOMAS LUCKMANN**

Nama : MUHAMMAD REZA KURNIA

NIM/TM : 19058065/2019

Program Studi : Pendidikan Sosiologi

Departemen : Sosiologi

Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 13 November 2025

Mengetahui,

Disetujui oleh,

Dekan FIS UNP,

Pembimbing,



Afriva Khaidir, S.H., M.Hum, MAPA, Ph.D
NIP. 19660411 199003 1 002

Dr. Delmira Syafrini, S.Sos., MA
NIP. 198305182009122004

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Sosiologi Departemen Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang
Pada Senin, 03 November 2025

KONSTRUKSI GAYA HIDUP *SKENA KALCER* DI KALANGAN REMAJA KOTA
PADANG DALAM PERSPEKTIF PETER L. BERGER DAN THOMAS LUCKMANN

Nama : MUHAMMAD REZA KURNIA
BP / NIM : 2019/19058065
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Departemen : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial

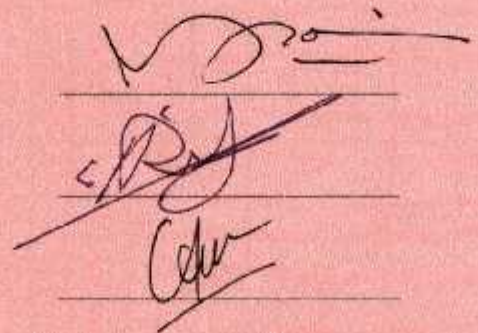
Padang, 13 November 2025

TIM PENGUJI

NAMA

TANDA TANGAN

- 1 Ketua : Dr. Delmira Syafrini, S.Sos., MA
- 2 Anggota : Dr. Erianjoni, S.Sos, M.Si
- 3 Anggota : Annisa Citra Triyandra, M.I.Kom



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD REZA KURNIA

Nim/TM : 19058065/2010

Program Studi : Pendidikan Sosiologi

Departemen : Sosiologi

Fakultas : Ilmu Sosial

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **KONSTRUKSI GAYA HIDUP SKENA KALCER DI KALANGAN REMAJA KOTA PADANG DALAM PERSPEKTIF PETER L. BERGER DAN THOMAS LUCKMANN** adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil plagiat dari karya orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata cara penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun masyarakat dan Negara.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, 13 November 2025

Mengetahui,
Kepala Departemen,



Dr. Delmira Syafrini, S.Sos., MA
NIP.198305182009122004

Saya yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL
E0883ANX099280705

MUHAMMAD REZAKURNIA
NIM.19058065

ABSTRAK

MUHAMMAD REZA KURNIA 2019/19058065 KONSTRUKSI GAYA HIDUP *SKENA KALCER* DI KALANGAN REMAJA KOTA PADANG DALAM PERSPEKTIF PETER L. BERGER DAN THOMAS LUCKMANN.

Skripsi Program Studi Pendidikan Sosiologi Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Skena kalcer berkembang sebagai identitas baru di kalangan remaja dan menjadi bentuk ekspresi diri yang mencerminkan gaya hidup modern. Fenomena ini tidak hanya berkaitan dengan fashion dan musik, tetapi juga menjadi sarana remaja dalam mencari jati diri serta memperoleh pengakuan sosial di lingkungannya. Gaya hidup *skena kalcer* terbentuk melalui proses sosial yang melibatkan media, teknologi, serta interaksi dalam lingkungan sebaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi gaya hidup *skena kalcer* di kalangan remaja Kota Padang ditinjau dalam perspektif Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan teknik pemilihan informan *snowball sampling*. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi gaya hidup *skena kalcer* berlangsung melalui tiga tahap sebagaimana dikemukakan oleh Berger dan Luckmann, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tahap eksternalisasi tampak dari ekspresi identitas remaja melalui fashion, musik, dan aktivitas nongkrong di ruang-ruang kreatif seperti *coffee shop*. Objektivasi terjadi ketika simbol-simbol tersebut diterima dan diakui secara sosial sebagai ciri khas anak *skena kalcer*. Selanjutnya, internalisasi muncul ketika nilai dan gaya hidup *skena kalcer* dihayati serta menjadi bagian dari identitas remaja itu sendiri.

Kata Kunci: *skena, kalcer*, gaya hidup remaja, konstruksi sosial, identitas, subkultur.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk mereka yang tak pernah lelah bertanya

“Kapan skripsimu selesai?”

Terlambat lulus atau tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Betapa sempitnya bila kecerdasan hanya diukur dari siapa yang paling cepat menyelesaikan suatu studi. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang pada akhirnya selesai? Sebab di balik keterlambatan, selalu ada alasan, dan percayalah alasan saya berada di titik ini adalah alasan yang sepenuhnya baik.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Konstruksi Gaya Hidup *Skena Kalcer* Di Kalangan Remaja Kota Padang Dalam Perspektif Peter L. Berger Dan Thomas Luckmann” guna memenuhi sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Sosiologi Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial di Universitas Negeri Padang. Shalawat dan salam tidak lupa pula penulis kirimkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan ke alam yang penuh ilmu pengetahuan seperti sekarang ini. Selama pengerjaan skripsi ini penulis selalu mendapat arahan dan bimbingan dari berbagai pihak dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Krismadinata. M.T selaku rektor Universitas Negeri Padang yang telah memberikan berbagai fasilitas guna mendukung proses perkuliahan di Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Afriva Khaidir, S.H., M.Hum, MAPA, P.h.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial beserta staf karyawan Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan selama perkuliahan.
3. Kepala Departemen Sosiologi FIS, Universitas Negeri Padang dan sekaligus dosen pembimbing Ibu Dr. Delmira Syafrini, S.Sos., M.A.
4. Ibu Dr. Desy Mardhiah, S.Th.I., S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, atas peran dan tanggung jawab yang telah diemban selama masa studi saya.
5. Kepada Ibu Lia Amelia, S.Sos., M.Si. yang begitu baik telah mendukung, mengarahkan, dan membimbing penulis pada tahap awal skripsi ini. Meskipun beliau harus melanjutkan studi, semangat dan ketulusannya akan selalu penulis penulis kenang sebagai bagian berharga dalam perjalanan ini.
6. Dosen Penguji Skripsi, Bapak Dr. Erianjoni, S.Sos., M.Si. dan Ibu Annisa Citra Triyandra, M.I.Kom. yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun sehingga membantu penulis menyempurnakan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap Staf Administrasi Departemen Sosiologi FIS yang membantu penulis selama perkuliahan dan membantu administrasi penulis selama perkuliahan.
8. Teristimewa skripsi ini penulis persembahkan untuk Mama Dra. Linda Virgorita dan Papa Mardanus yang telah memberikan begitu banyak cinta, kasih sayang, dan dukungan selama saya menempuh pendidikan. Terima kasih atas semua yang telah kalian berikan.

9. Kepada seluruh anggota keluarga, baik dari pihak mama dan papa yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Terkhusus kepada diri sendiri Muhamad Reza Kurnia, yang telah berusaha semaksimal mungkin, sudah bertahan, tidak menyerah dan selalu percaya pada diri sendiri bahwa saya mampu menyelesaikan ini dengan baik.
11. Seluruh teman-teman Departemen Sosiologi angkatan 2019, yang telah memberikan cerita-cerita yang berkesan selama menempuh pendidikan di Jurusan Sosiologi. Dan terkhusus untuk Kepada saudara Novran, Farhan, Bunga, Adek yang membantu dan membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Kepada seluruh teman-teman Departemen Sosiologi angkatan 2018, 2020, 2021 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang sudah membantu dan berkontribusi dalam proses penulisan skripsi saya.
13. Kepada seluruh teman-teman Komplek Wisma Bumi Lestari Indah yang ikut berkontribusi dalam proses penulisan skripsi saya.
14. Kepada Oasis, Led Zeppelin, Kiss, Ramones, Queen, Bon Jovi, Guns N' Roses, The Rolling Stones, Radiohead, Gorillaz, The Temper Trap, Sticky Fingers, Dewa 19, Slank, 510, Black Sabbath, AC/DC, Rage Against The Machine, Red Hot Chili Peppers, Nirvana, The Misfits, Blink 182, Green Day, Sum 41, Neck Deep, Asking Alexandria, Pierce The Veil, Sleeping With Sirens, Paramore, Lamb of God, A Day To Remember, Saosin, Memphis May Fire, The Red Jumpsuit Apparatus, My Chemical Romance, Bring Me The Horizon, System of a Down, Slipknot, Korn, Limp Bizkit, As I Lay Dying, Avenged Sevenfold, Suicide Silence, Burgerkill, Seringai, Turnstile, Bob Marley, Sticky Fingers, Rancid, Stand Here Alone, The Cloves and The Tobacco yang melalui karya-karyanya senantiasa menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Kepada teman-teman dari HMD Sosiologi FIS UNP, kabinet Adhirajasa, yang telah memberikan penulis pelajaran dan pengalaman berharga selama berorganisasi.
16. Terakhir kepada semua Informan-informan terlibat dalam skripsi ini, yang bersedia meluangkan waktu dan kesempatan untuk menceritakan pengalamannya yang sangat berguna bagi penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumbangsih kecil bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian sosiologi. Mohon

maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini, karena sesungguhnya kesempurnaan hanya milik Allah SWT.

Padang, 28 Oktober 2025

MUHAMMAD REZA KURNIA
NIM. 19058065

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
1. Secara Akademis	12
2. Secara Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Kerangka Teori	14
B. Penelitian Relevan.....	16
C. Pendekatan Konseptual	18
1. Konstruksi Sosial.....	18
2. Gaya Hidup	19
3. Skena dan Kalcer.....	21
4. Remaja	23
D. Kerangka Berpikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Lokasi Penelitian.....	30
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	30
C. Informan Penelitian	32
D. Sumber Data dalam Penelitian.....	33
1. Sumber Data Primer	33
2. Sumber Data Sekunder	34

E. Pengumpulan Data	34
1. Observasi.....	34
2. Wawancara.....	35
3. Dokumentasi	36
F. Keabsahan Data.....	36
1. Triangulasi sumber	37
2. Triangulasi Waktu	38
G. Analisis Data.....	40
1. Reduksi Data	41
2. Display Data (Penyajian Data).....	41
3. Penarikan Kesimpulan	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	44
1. Sejarah Kota Padang.....	44
2. Keadaan Geografis dan Iklim Kota Padang.....	46
3. Penduduk.....	46
4. Pendidikan.....	47
5. Agama.....	47
6. Visi dan Misi	49
B. Konstruksi Gaya Hidup Skena Kalcer Di Kalangan Remaja Kota Padang Dalam Perspektif Peter L. Berger Dan Thomas Luckmann	49
1. Eksternalisasi : Proses Pengenalan dan Penyesuaian Diri dengan Gaya Hidup Skena Kalcer.....	51
2. Objektivasi : Penerapan Gaya Hidup Melalui Aktifitas	59
3. Internalisasi : Pembentukan identitas dan penerimaan diri.....	67
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Kerangka Berpikir	28
Gambar 2: Skema Analisis Data Miles dan Huberman	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Pedoman Wawancara	85
Lampiran Daftar Informan Penelitian	87
Lampiran Dokumentasi Wawancara Dengan Informan	88
Lampiran Aktifitas Informan.....	90

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gaya hidup selalu melekat pada setiap individu dan masyarakat. Gaya hidup juga berubah-ubah sesuai dengan kondisi sosial di sebuah masyarakat. Bergantung pada apa yang mereka ketahui, cara hidup dapat memiliki arti yang berbeda-beda bagi setiap orang. Serangkaian tindakan yang bermanfaat bagi orang lain pada saat yang sama di suatu tempat (Keuangan et al., 2024). Hal ini juga mencakup hubungan sosial, pemanfaatan suatu produk, hiburan, dan pakaian. Kecenderungan, cara-cara yang disepakati untuk menyelesaikan sesuatu, dan perilaku yang terkendali sangat penting untuk perilaku gaya hidup.

Gaya hidup juga mencakup kumpulan kebiasaan dan pola respons terhadap persepsi kehidupan. Dari sudut pandang individu atau kolektif, dan tanggapan terhadap kehidupan. Gaya hidup adalah sesuatu yang ditemukan, diadopsi, dan digunakan untuk menunjukkan tindakan untuk mencapai tujuan tertentu (Agustiniingsih, 2018). Media massa menawarkan gaya hidup dengan budaya selera pada seputar perkembangan tren busana, problema “*gaul*”, pacaran, shopping, dan acara mengisi waktu luang yang secara perlahan akan membentuk budaya kawula muda (*youth culture*) yang berorientasi pada gaya hidup *fun*. Penelitian (Hermawan & Hendrastomo, 2016). menuliskan pengertian *youth culture* and urban yaitu budaya yang dinikmati untuk bersenang-senang diantara teman sebaya, dengan menekankan pada

penampilan dan gaya, di kalangan remaja atau kaum muda perkotaan (Aloha, 2023).

Menurut Bourdieu (1984), gaya hidup ditunjukkan sebagai ruang atau persisnya ruang gaya hidup yang bersifat plural, yang didalamnya para anggota kelompok sosial membangun kebiasaan sosial mereka. Bourdieu menyebutkan gaya hidup terbentuk sebagai produk sistematis dari kebiasaan atau yang disebutnya “habitus”. Bourdieu menjelaskan bahwa, *“Life-styles are thus the systematic product of habitus, which, perceived in their mutual relations through the schemes of the habitus, become sign systems that are socially qualified (as “distinguished, ‘vulgar’, etc.)* dari berbagai pemaknaan tersebut, gaya hidup dilihat sebagai wujud paling ekspresif dari bagaimana cara manusia menjalani dan memaknai kehidupannya, juga dipahami sebagai cara terpolat dalam menginvestasikan aspek-aspek tertentu dari kehidupan sehari-hari dengan nilai sosial atau simbolik. Dengan demikian, gaya hidup menjadi cara untuk mengidentifikasi diri dan sekaligus membedakan diri dalam relasi sosial. Untuk bertahan hidup, gaya hidup membutuhkan ruang, media dan publik pendukungnya. Untuk memahami implikasi suatu gaya hidup, maka kita harus menyelami motivasi, sikap dan nilai yang ada dibalik pendukungnya dan kesadaran historis sebuah generasi yang telah memilih suatu gaya hidup sebagai satu cara untuk memaknai kehidupannya (Irwanti, 2017).

Gaya hidup bisa juga dikatakan sebagai tata cara yang dijalani orang dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Banyak para ahli yang memberi pengertian tentang gaya hidup ini. Sakinah dalam (Febri Yanti, Nur Janah,

2016) menjelaskan bahwa, “Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya”. Gambaran keseluruhan diri tersebut merupakan perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku (Ramadhani & Rosa, 2024).

Gaya hidup sekarang menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat saat ini. Pada tingkat yang lebih kecil, terdapat individu-individu yang tergabung ke dalam kelompok-kelompok, kemudian meluas menjadi masyarakat. Melalui respon stimulus dalam dunia kognitif mereka, individu atau kelompok tersebut mengembangkan dirinya secara aktif dan kreatif. Dari respon dan stimulus tersebut, muncullah pernyataan atau pandangan terhadap berbagai sudut pandang. Sudut pandang ini dipahami secara lebih luas oleh masyarakat, yang kemudian menjadi konstruksi sosial (Ngangi R., 2011). Jadi dapat diinterpretasikan bahwa, konstruksi sosial mempengaruhi gaya hidup masyarakat pada cakupan yang luas dan individu pada cakupan personal.

Gaya hidup masyarakat sangat dipengaruhi oleh kemajuan informasi dan teknologi yang semakin pesat, terutama di kalangan anak muda. Gaya hidup anak muda selalu menarik untuk dipelajari. Anak-anak muda di kota-kota besar memiliki gaya hidup yang nyentrik, ingin tampil trendi, dan keren ketimbang teman-teman di sekitar mereka. Fenomena *skena* menjadi salah satu manifestasi dari gaya hidup yang berkembang di kalangan anak muda sekarang ini. Istilah *skena* mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk gaya berpakaian, preferensi musik, seni, dan aktivitas rekreasi. Konsep ini mencerminkan gaya

hidup anak muda yang menunjukkan sebuah identitas dan pemahaman bersama. Individu atau sekelompok anak muda ini diberi cap atau label oleh khalayak sebagai anak *skena*. *Skena* diambil dari Bahasa Inggris yaitu “*scene*” yang muncul pada tahun 1940-an (Rosa, 2023). *Skena* sendiri belum terdata dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), namun *skena* adalah gabungan dari tiga kata yaitu, sua, cengkerama, dan kelana. Namun pada pertengahan tahun 2000-an, kata *skena* banyak digunakan dalam dunia musik untuk menjelaskan suatu kumpulan maupun kultur dari suatu lingkungan atau tempat berinteraksi antara penonton dan musisi (Ramadhani & Rosa, 2024).

Skena merujuk pada individu atau orang-orang yang gemar nongkrong, ngobrol, dan jalan-jalan. *Skena* seringkali berhubungan dengan berbagai aspek kehidupan sehari-hari, tidak hanya terbatas sekedar fashion yang dipakai, preferensi musik, seni, dan aktivitas rekreasi. Kemudian, kata *skena* digunakan untuk perkumpulan atau komunitas yang menciptakan ruang untuk berinteraksi sosial satu sama lain (Rahmawati, 2023). Dalam konteks sosial budaya, konsep *skena* tidak hanya mencakup apa yang terlihat secara langsung, tetapi juga melibatkan identitas, nilai, norma yang ada dan berkembang di dalamnya (Halimah Nur Churil Aini et al., 2024).

Para pelaku *skena* yang memiliki ciri khas tersendiri di setiap kelompok. Sebagai contoh, *Skena* Emo identik dengan gaya berpakaian celana skinny jeans, kaos ketat, sepatu kanvas berwarna cerah, gaya rambut dengan poni samping atau poni lurus yang menutupi sebagian wajah dan riasan wajah dengan *eyeliner* hitam, serta mengenakan aksesoris tindik atau *piercing* (Helmi, 2025). Namun

dalam praktiknya banyak orang yang salah persepsi dengan istilah *skena*, bukan lagi diartikan sebagai suatu kelompok yang memiliki budaya tertentu melainkan sebagai bentuk gaya fashion yang menjadi identitas kelompok *skena* tersebut. Permasalahan ini timbul sejalan dengan perkembangan *skena* yang semakin luas (Rahmawati, 2023). Masyarakat semakin hilang arah dalam mengartikan *skena*, banyak anggapan simpang-siur sehingga istilah *skena* mengalami krisis identitas (Arbina et al., 2024). Dan identifikasi anak muda yang gaul dan hits saat ini, disebut sebagai anak *skena* atau *skena kalcer*.

Kalcer merupakan istilah lain dari bahasa Indonesia yang berasal dari kata "culture" dalam bahasa Inggris, yang berarti budaya. Biasanya, *kalcer* digunakan secara santai atau dalam konteks humor untuk merujuk pada pemahaman seseorang terhadap budaya tertentu, baik itu budaya pop, tren media sosial, atau kebiasaan sosial (Aloha, 2023). *Kalcer* bukan sekadar istilah biasa, melainkan representasi dari kebiasaan dan tren yang tengah berlangsung di kalangan anak muda. Istilah ini merujuk pada berbagai hal, mulai dari fashion, musik, hingga gaya hidup yang sedang digandrungi. Ketersediaan informasi yang melimpah di media sosial membuat *kalcer* mudah diakses dan dipahami oleh banyak orang. Dalam konteks ini, *kalcer* bisa diartikan sebagai pemahaman seseorang terhadap tren terkini yang berkembang di masyarakat (Aloha, 2023).

Kalcer pun menjadi simbol dari dinamika budaya yang senantiasa berubah dan berkembang seiring dengan perubahan tren di masyarakat. Tidak hanya sekedar mengikuti tren, *kalcer* juga mencerminkan cara pandang generasi

muda terhadap dunia di sekitar mereka. Mereka tidak hanya mengonsumsi budaya, tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan dan penyebaran budaya baru (Rahmawati, 2023). Dengan demikian, *kalcer* menjadi cerminan dari identitas dan ekspresi diri generasi muda yang penuh dengan kreativitas dan inovasi. Dalam konteks yang lebih luas, *kalcer* juga menjadi jembatan penghubung antar budaya.

Anak muda dari berbagai belahan dunia dapat saling berbagi dan mempelajari budaya satu sama lain, menciptakan sebuah komunitas global yang saling terhubung. Hal ini menunjukkan bahwa *kalcer* bukan sekadar tren sementara, tetapi sebuah fenomena budaya yang memiliki dampak jangka panjang dalam membentuk identitas generasi masa kini (Sendari, 2025).

Sejalan dengan pendapat (Aloha, 2023), *kalcer* sendiri merupakan plesetan kata dari *culture* yang memiliki arti budaya secara terminologi. *Kalcer* sendiri berkembang menjadi sebuah kata yang memiliki makna pada individu atau komunitas tertentu yang hobi nongkrong dan gemar menggunakan pakaian yang lagi hits atau ngetren. Jadi dapat diinterpretasikan bahwa, *skena kalcer* merupakan gabungan dua suku kata untuk mengidentifikasi subkultur anak muda yang gemar nongkrong, berinteraksi, dan sangat *fashionable*.

Gaya hidup *skena kalcer* saat ini merupakan implikasi dari konstruksi sosial itu sendiri. Konstruksi sosial dapat diartikan sebagai pandangan nilai, ideologi, dan institusi sosial yang diciptakan oleh manusia itu sendiri (Ngangi R., 2011). *Skena kalcer* berkembang pesat menjadi sebuah identitas baru bagianak muda, entah itu sebagai kebanggaan ataupun sebagai lelucon sosial

media semata. Gaya berpakaian anak muda *skena* kalcer dapat kita lihat dewasa ini di tempat-tempat publik, seperti *co-working space*, *coffee shop* dan perusahaan yang bergerak pada industri media kreatif. Mereka yang menggunakan baju kaos band atau work shirt, terus menggunakan celana *cargo*, dan *jeans gombong* serta tidak lupa dengan aksesoris seperti topi, kaca mata, cincin, gantungan kunci, dan sepatu docmart dan sneaker yang sedang viral seperti salomon, new balance yang menjadi ciri khas anak-anak muda yang diberi label sebagai *skena kalcer* (Halimah Nur Churil Aini et al., 2024).

Konstruksi sosial tersebut menciptakan sebuah identitas sosial baru yang menyebabkan motivasi remaja saat ini dalam membeli barang, tidak lagi melihat fungsinya sebagai pakaian, melainkan memiliki tanda, label, ataupun simbol agar diterima oleh kelompoknya (Afdholy, 2019). Masa remaja merupakan salah satu periode yang penting dalam kehidupan manusia. Pada masa ini, anak akan beralih menuju periode yang lebih dewasa. Peralihan perkembangan pada masa anak-anak ke masa dewasa mencakup perubahan secara kognitif, biologis, serta sosial-emosional (Margaretha & Soetjinigsih, 2022). Saat peralihan dari anak-anak menuju dewasa, para remaja cenderung memiliki minat-minat tertentu, contohnya seperti minat pada penampilan dirinya sendiri. Para remaja umumnya akan berusaha semaksimal mungkin untuk berpenampilan semenarik mungkin agar mendapatkan pengakuan dan daya tarik dari orang lain (Margaretha & Soetjinigsih, 2022). Sifat khas remaja mempunyai rasa keingintahuan yang besar, menyukai petualangan dan tantangan serta cenderung berani menanggung resiko atas perbuatannya tanpa

didahului oleh pertimbangan yang matang (Dewi R, 2022). *Skena kalcer* sebagai bentuk gaya hidup dan identitas dewasa ini, juga menimbulkan persoalan, perbedaan pandangan dan pemaknaan yang dimiliki remaja terhadap gaya hidup *skena kalcer* menciptakan dinamika sosial yang menarik. Bagi sebagian remaja, *skena kalcer* termasuk bagian dari jati diri yang mereka bangun secara sadar, sementara bagi yang lain, gaya hidup ini lebih dipandang sebagai tren semata yang diikuti demi mendapatkan pengakuan sosial. Keragaman tersebut menunjukkan bahwa *skena kalcer* bukan sekedar mode sesaat, tetapi merupakan konstruksi sosial yang aktif dibentuk dan dinegosiasikan dalam kehidupan sehari-hari remaja (Rahmawati, 2023). 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 et al., 2019).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Agustiniingsih 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 (Agustiningsih, 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).

Bramandia (2019) juga melakukan penelitian yang berjudul Gaya hidup pengguna rokok elektrik (*personal vaporizer*) studi kasus: komunitas rokok elektrik asmodus indonesia dengan hasil penelitiannya bahwa konstruksi gaya hidup komunitas Asmodus Indonesia tidak terlepas dari peran media massa dan media sosial dalam mempengaruhi seseorang untuk merubah pikiran mereka dalam menjalani gaya hidup pengguna rokok elektrik (Bramandia, 2019). Penelitian oleh Mahyuddin dalam *Social Climber* dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer dengan hasil penelitiannya (1) Telah terjadi polarisasi baru corak perilaku sosial yang ditampakkan oleh masyarakat

hari ini, (2) Di era ini, pertukaran simbolis adalah bagian penting yang tidak terhindarkan dimana pada era postmodern ini, citra dan penanda selalu direproduksi sebagai strategi aktualisasi atas status diri oleh setiap individu dalam mempengaruhi berbagai dunia realitas, termasuk dunia gaya hidup (Mahyuddin, 2017).

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, rokok 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).

Skena kalcer terus berkembang sebagai identitas baru di kalangan remaja. Gaya hidup ini menjadi cara remaja mengekspresikan diri dan menunjukkan siapa mereka dalam pergaulan. Namun, Perbedaan pandangan dan pemaknaan yang dimiliki remaja terhadap gaya hidup *skena kalcer* menciptakan dinamika sosial yang menarik (Putra & Irwansyah, 2021). Gaya hidup *skena kalcer* berkembang di kota-kota besar di Indonesia, salah satunya

Kota Padang. Berdasarkan hal di atas, maka penelitian ini menarik untuk dikaji lebih lanjut terkait gaya hidup *skena kalcer* yang ada di Kota Padang. Maka judul yang diambil terkait penelitian di atas adalah **“Konstruksi Gaya Hidup *Skena Kalcer* Dikalangan Remaja Kota Padang Dalam Perspektif Peter L Berger Dan Thomas Luckmann.”**

B. Rumusan Masalah

Gaya hidup remaja di masa modern mengalami perubahan yang sangat dinamis seiring dengan perkembangan dan kemajuan media, teknologi, dan budaya populer. Munculnya *skena kalcer* merupakan salah satu bentuk ekspresi gaya hidup yang mencolok dikalangan remaja saat ini. Fenomena *skena kalcer* bukan sekadar soal penampilan, tetapi juga menjadi bagian dari pencarian jati diri dan eksistensi sosial di tengah pergaulan remaja. Fenomena ini mencerminkan gaya hidup yang sarat akan simbolisasi kultural seperti pilihan fashion, preferensi musik, dan gaya pergaulan yang diasosiasikan dengan identitas sosial tertentu.

Gaya hidup *skena kalcer* tidak lahir secara alami, melainkan merupakan hasil dari konstruksi sosial yang dibentuk melalui interaksi, eksposur media, serta dinamika kelompok sebaya. Bagi remaja, menjadi bagian dari *skena kalcer* seringkali dimaknai sebagai bentuk aktualisasi diri sekaligus strategi untuk memperoleh pengakuan dalam lingkungan sosialnya. Hal ini menunjukkan bahwa pilihan gaya hidup tidak semata-mata bersifat individual, melainkan sangat dipengaruhi oleh struktur sosial dan nilai-nilai yang berkembang dalam masyarakat. Namun dalam realitasnya, tidak semua remaja memiliki

pemahaman yang mendalam terhadap nilai-nilai yang membentuk gaya hidup ini. Sebagian besar mengikuti tren demi mendapatkan pengakuan sosial dan merasa menjadi bagian dari kelompok yang dianggap gaul. Fenomena ini menunjukkan bahwa gaya hidup *skena kalcer* telah menjadi konstruksi sosial yang kompleks dan sarat makna bagi remaja masa kini. Berkaitan dengan pokok pembahasan ini, maka dirumuskan pertanyaan terkait dengan bagaimana Konstruksi Gaya Hidup *Skena Kalcer* Dikalangan Remaja Kota Padang Dalam Perspektif Peter L. Berger Dan Thomas Luckmann?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Konstruksi Gaya Hidup *Skena Kalcer* Dikalangan Remaja Kota Padang Dalam Perspektif Peter L. Berger Dan Thomas Luckmann.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Hasil dari penelitian berupa karya ilmiah atau artikel yang memberikan sebagai referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian ilmu sosiologi.

2. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah informasi mengenai Konstruksi Gaya Hidup *Skena Kalcer* di Kalangan

Remaja Kota Padang Dalam Perspektif Peter L. Berger Dan Thomas Luckmann.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan informan dilapangan, observasi, serta pengumpulan data tertulis, lisan, dan sekunder berupa dokumen, arsip, maupun penelitian yang relevan, dapat disimpulkan bahwa konstruksi gaya hidup *skena kalcer* di kalangan remaja Kota Padang Dalam Perspektif Peter L. Berger Dan Thomas Luckmann merupakan hasil dari proses sosial yang bersifat dialektis sebagaimana dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, yaitu melalui tahapan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Pertama, Eksternalisasi, gaya hidup *skena kalcer* muncul sebagai bentuk ekspresi diri remaja terhadap pengaruh media sosial, lingkungan pertemanan, serta ruang nongkrong seperti *coffee shop*.

Media sosial menjadi wadah utama dalam memperkenalkan simbol-simbol *skena kalcer* seperti fashion, musik, dan aktivitas sosial yang kemudian diadaptasi sesuai dengan kenyamanan dan karakter masing-masing individu. Tahap eksternalisasi ini terlihat dari upaya remaja dalam mengekspresikan identitas mereka sebagai bagian dari *skena kalcer* melalui pilihan fashion, preferensi musik, serta aktivitas nongkrong di ruang-ruang yang dianggap merepresentasikan *skena*, seperti *coffee shop* dan ruang kreatif. Selain itu, media sosial juga berperan penting sebagai sarana untuk menampilkan citra diri

dan gaya hidup yang sesuai dengan estetika *skena kalcer*, sekaligus menjadi ruang pembentukan makna awal terhadap identitas sosial mereka

Kedua, Objektivasi, gaya hidup *skena kalcer* mulai memperoleh bentuk nyata dan pengakuan sosial. Simbol-simbol yang sebelumnya muncul dari ekspresi individu kemudian diterima secara kolektif dan dianggap sebagai ciri khas anak *skena kalcer*. Misalnya, gaya berpakaian tertentu, kebiasaan nongkrong di *coffee shop*, serta aktivitas berbasis musik atau konten kreatif menjadi standar sosial baru yang membentuk persepsi masyarakat tentang apa itu *skena kalcer*. Dalam tahap ini, ekspresi seperti menghadiri *gigs*, bermain musik, hingga menampilkan gaya berpakaian khas *skena kalcer* berkembang menjadi praktik sosial yang diakui dan direproduksi oleh banyak remaja. Dengan demikian, gaya hidup *skena kalcer* tidak lagi sekedar bentuk ekspresi pribadi, tetapi telah menjadi realitas sosial yang diakui bersama sebagai identitas remaja masa kini.

Selanjutnya, Internalisasi, remaja mulai menghayati dan meyakini bahwa gaya hidup *skena kalcer* merupakan bagian dari identitas diri mereka. Simbol-simbol yang sebelumnya hanya ditiru kemudian melekat dalam keseharian dan membentuk kesadaran baru tentang cara berpikir, berpenampilan, serta berinteraksi dalam lingkungan sosial. Dalam proses ini, gaya hidup *skena kalcer* tidak lagi sekedar tren, melainkan menjadi bagian dari sistem makna yang diinternalisasi dan dipakai oleh para remaja. Namun, tingkat pemahaman terhadap nilai-nilai yang membentuk gaya hidup ini tidaklah seragam. Sebagian remaja memaknai *skena kalcer* sebagai ruang ekspresi diri

yang berkaitan dengan musik, seni, dan kreativitas, sementara sebagian lainnya melihatnya hanya sebatas fashion dan penampilan luar saja. Dari perbedaan pemakaian ini muncul pula fenomena remaja yang hanya mengikuti gaya hidup *skena kalcer* demi memperoleh pengakuan sosial dan dianggap bagian dari kelompok yang gaul. Meskipun demikian, secara keseluruhan gaya hidup *skena kalcer* telah menjadi konstruksi sosial yang kompleks dan sarat makna bagi remaja masa kini, di mana proses internalisasi nilai-nilai dan simbol-simbolnya berperan penting dalam pembentukan identitas dan penerimaan diri di tengah arus budaya populer dan media digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup *skena kalcer* di kalangan remaja Kota Padang Dalam Perspektif Peter L. Berger Dan Luckmann bukanlah sesuatu yang alami, melainkan hasil konstruksi sosial yang terbentuk melalui interaksi antarindividu, ruang nongkrong, serta pengaruh media sosial. Proses ini juga menunjukkan adanya pergeseran makna *skena* dari subkultur musik independen menjadi gaya hidup populer remaja urban yang lebih cair, fleksibel, dan berorientasi pada representasi visual dan estetika.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi Remaja Kota Padang, diharapkan agar lebih memahami nilai-nilai yang mendasari gaya hidup *skena kalcer*; sehingga keterlibatan dalam *skena kalcer* tidak hanya sebatas ikut-ikutan tren visual atau fashion, tetapi juga dapat dimaknai sebagai ruang ekspresi, kreativitas, dan pengembangan diri.

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas kajian tentang *skena kalcer* dengan meneliti aspek lain seperti pengaruh media digital, gender, atau dinamika ekonomi kreatif, sehingga pemahaman terhadap fenomena ini menjadi lebih komprehensif. Selain itu, Peneliti menyadari akan kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini, guna kesempurnaan skripsi ini, peneliti mengharapkan kritik dan saran membangun dari pembaca.

Perlu dipahami bahwa konsep *skena kalcer* bersifat relatif dan bergantung pada konteks sosial-budaya. Dengan kata lain, apa yang dipandang sebagai *skena kalcer* dapat berbeda sesuai dengan ruang, waktu, dan lingkungan sosial tempat ia tumbuh. Misalnya, bentuk *skena kalcer* yang hadir di kalangan remaja di Indonesia tentu tidak sepenuhnya sama dengan yang berkembang di kota-kota negara besar seperti di Amerika Serikat. Hal ini menunjukkan bahwa *skena kalcer* merupakan fenomena yang cair, fleksibel, dan terus mengalami perubahan makna. Dalam penelitian ini, fleksibilitas tersebut tercermin pada remaja di Kota Padang yang mengonstruksi gaya hidup *skena kalcer* bukan hanya melalui musik, tetapi juga lewat fashion, nongkrong di coffee shop, serta representasi di media sosial. Fenomena ini menegaskan bahwa *skena kalcer* di kota Padang merupakan hasil konstruksi sosial yang unik, dipengaruhi oleh kondisi lokal sekaligus dinamika global dan budaya populer.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdholy, N. (2019). Perilaku Konsumsi Masyarakat Urban Pada Produk Kopi Ala Starbucks. *Jurnal Satwika*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.22219/satwika.vol3.no1.43-53>
- Afifah, T. (2018). Efektivitas Penyuluhan Kesehatan Reproduksi Remaja Dengan Pemberian Modul Terhadap Perubahan Pengetahuan Remaja. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS.Dr.Soetomo*, 4(Efektivitas Penyuluhan Kesehatan Reproduksi Remaja Dengan Pemberian Modul Terhadap Perubahan Pengetahuan Remaja).
- Agustiningsih, G. (2018). KONSTRUKSI GAYA HIDUP MELALUI MUSIK SEBAGAI PRODUK BUDAYA POPULER. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 6(2), 16–22.
- 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*. AR-RUZZ MEDIA.
- Aloha, M. (2023). *Anak-Anak Skena yang Sangat Kalcer*. Detiknews.Com.
- Amaliantami Putri, K., Hadi Purnomo, M., & Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi, K. Z. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. In *NUSA* (Vol. 14, Issue 1).
- 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>
- Badan Pusat Statistik Kota Padang. (2025). *Kota Padang Dalam Angka 2025*. 46, 593. <https://padangkota.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/a6cea883c7b5d3dd51772b6d/kota-padang-dalam-angka-2025.html>
- Basrowi & Suwandi. (2014). dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. *Metode Penelitian Kualitatif*, 1(1), 32. <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). The Social Construction of Reality. In *Penguin Books* (1st ed.). Penguin Books. <https://doi.org/10.4324/9781315775357>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2018). *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah*

tentang Sosiologi Pengetahuan (terjemahan oleh Hasan Basari) (LP3ES (ed.)).

Bramandia, S. H. (2019). *Gaya Hidup Pengguna Rokok Elektrik (Personal Vaporizer) Studi Kasus : Komunitas Rokok Elektrik Asmodus Indonesia. Sosiologi*, 92.
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/49349/1/SITI_HABIBAH_BRAMANDIA.FISIP.pdf

Chrisnanda, D. Y. (2025). *GRINDCORE AS A MEDIUM OF SOCIAL CRITIQUE : A STUDY OF AK // 47 IN THE UNDERGROUND MUSIC SCENE IN SEMARANG (1999 – 2016)*. 9(5), 1572–1582.
<https://doi.org/10.36526/js.v3i2.5808>

CNN Indonesia. (2023). *Apa Itu Skena, Kata Paling Banyak Dicari di Google Sepanjang 2023*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20231219143055-277-1039195/apa-itu-skena-kata-paling-banyak-dicari-di-google-sepanjang-2023>

Dewi R, dkk. (2022). *EDUKASI PENDIDIKAN KESEHATAN REPRODUKSI (KESPRO) REMAJA PADA KADER POSYANDU REMAJA LEMBAGA PEMBINAAN KHUSUS KELAS I MEDAN. Jurnal Abdimas Mutiara*, 3(EDUKASI PENDIDIKAN KESEHATAN REPRODUKSI (KESPRO) REMAJA PADA KADER POSYANDU REMAJA LEMBAGA PEMBINAAN KHUSUS KELAS I MEDAN).

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>

Febri Yanti, Nur Janah, N. (2016). *Dinamika Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Seks Bebas Pada Remaja Putri. Jurnal Ilmiah*, 1(9), 41.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tws.2012.02.007>

Halimah Nur Churil Aini, Meydina Tri Luvianasari, Maris Jennet Landicho, & Selvia Deva Saputri. (2024). *Analisis Tren Lifestyle “Skena” Dalam Kerangka Sosial Budaya Pada Era Modern. Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(2), 202–216. <https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v2i2.3118>

Helmi, M. (2025). *Fashion Skena : Lebih dari Sekadar Gaya untuk Generasi Z. Kumparan.Com*. https://kumparan.com/muhammad-helmi-1737346840181821301/fashion-skena-lebih-dari-sekadar-gaya-untuk-generasi-z-24L4LRSTChd/full?utm_source=chatgpt.com

Hermawan, H., & Hendrastomo, G. (2016). *Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Yogyakarta. Jurnal Sosiologi*, 1–15.

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.
- Keuangan, D. L., Keuangan, I., Digital, L., Usaha, K., Kecil, M., & Sumenep, K. (2024). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 6, 2266–2282. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i8.3194>
- Kusumastuti, A., & Khoiron Mustamil, A. (2019). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (F. Anissya & Sukarno (eds.); Issue 1). Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Lapang, P. D., & Suyadnya, I. W. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF : BERBAGI Penyunting* : 48.
- Mahyuddin. (2017). Social Climber Dan Budaya Pamer:Paradoks Gaya Hidup MasyarakatKontemporer. *Universitas Gadjah Mada*, 2, 117–135. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/pasca/jkii/article/view/1086>
- Margaretha, O., & Soetjiningsih, C. H. (2022). Self-Esteem Dengan Narsistik Pada Remaja Yang Hobi Foto Selfie Menggunakan Filter Instagram. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 13(1), 31–39. <https://doi.org/10.23887/jibk.v13i1.45012>
- 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>
- Ngangi R., C. (2011). Konstruksi Sosial dalam Realitas Sosial Charles R. Ngangi. *Agri-Sosioekonomi*, 7(2), 1–4.
- 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>
- Padang.go.id. (n.d.). *Pemerintah Kota Padang*. <https://padang.go.id/index.php?/>
- Peter, R. (2015). Peran Orangtua dalam Krisis Remaja. *Humaniora*, 6(4), 453. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i4.3374>
- 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.
- 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>
- 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>.
 Detiknews.Com. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7099894/skena-jadi-kata-paling-tren-di-pencarian-google-2023-ini-arti-dan-ciri-cirinya?>
- Sanita, M. (2023). *Istilah Skena yang Viral di Media Sosial hingga Munculnya Sindiran untuk Polisi Skena*. Program Studi Ilmu Komunikasi.
<https://communication.uii.ac.id/istilah-skena-yang-viral-di-media-sosial-hingga-munculnya-sindiran-untuk-polisi-skena/>
- Sendari, A. (2025). Asal-usul Istilah Kalcer. *Liputan6.Com*, 5.
<https://www.liputan6.com/hot/read/5919616/apa-itu-kalcer-tren-gaya-hidup-kekinian-yang-populer-di-kalangan-gen-z>
- Sirajuddin Saleh. (2017). Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung. *Analisis Data Kualitatif*, 1, 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Sireesha, G., & Bindu, V. (2017). Teenage girls’ knowledge attitude and practices on nutrition. ~ 491 ~ *International Journal of Home Science*, 3(2), 491–494.
<http://www.fags.org/nutrition/A-Ap/adolescent>.
- Sofyan, B. K. A. (2019). Budaya keranjinan penggemar band Indie Friends culture of Indie band fans. *Dialektika*, 14, 95–102.
- 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>
- Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). Keabsahan data. *INA-Rxiv*, 1–22.
- Wikipedia. (n.d.). *Kota Padang*. https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Padang
- 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.
- Yin, R. K. (2004). *Studi Kasus Desain & Metode (terjemahan Case Study Research Design and Methods oleh M. Djauzi Mudzakir)*. RajaGrafindo Persada.

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>