

PENGENALAN TREN BUDAYA ANAK MUDA PADA ERA DIGITAL MELALUI INSTAGRAM *REELS* SERIAL “TELUSUR SKENA” DI YOGYAKARTA

Nadhim Ramdan¹, Raden Hadapiningrani Kusumohendrarto²

STSRD VISI
Yogyakarta

nadimmuhamad43@gmail.com¹
kusumohendrarto@gmail.com²

Abstrack

This design aims to introduce youth culture trends in the digital era through the series "TELUSUR SKENA" in Yogyakarta. The series presents insights into the "scene" phenomenon that includes the history, development, and dynamics of youth communities in the context of social media. The methods used include participatory observation, in-depth interviews, and social media content analysis, with a qualitative approach to describe the diversity and social interactions within the "scene" community. The production results emphasized the importance of systematic pre-production, production, and post-production stages, as well as the use of visual styles typical of Grunge and Pop Art from the 90s. The series was published on Instagram and TikTok platforms, demonstrating a deep understanding of the target audience who are active on social media. With inspiring narratives, the series not only provides factual information but also encourages an appreciation for diversity and freedom of expression within the "scene" community.

Keywords: Budaya 1, Serial 2, Skena 3

I. PENDAHULUAN

Terminologi "Skena" sedang mencuri perhatian luas, terutama di kalangan pengguna media sosial, khususnya di platform Instagram dan TikTok. Istilah ini, yang pertama kali muncul pada era 1990-an, kembali mendapatkan popularitas baru dengan konotasi yang berbeda. Awalnya, "Skena" merupakan padanan dari kata "*scene*" yang diadopsi dari bahasa Inggris. Kata "*scene*" tersebut awalnya digunakan untuk menggambarkan kelompok musik atau seni yang tidak terikat oleh norma-norma konvensional, seperti kelompok musik underground, indie, atau genre lain yang tidak populer secara luas dalam masyarakat. Skena sering dianggap sebagai entitas yang eksentrik atau berlawanan dengan norma yang menawarkan ruang lebih besar bagi kebebasan berekspresi.

Namun, ada yang pandangan bahwa "Skena" sebenarnya merupakan singkatan dari tiga kata, yaitu Sua, Cengkerama, dan Kelana, yang menggambarkan sekelompok individu yang senang bertemu, berbincang-bincang, dan menjelajah tanpa tujuan yang pasti. Pandangan ini didukung oleh Dr. Afi Fadlillah, M.Hum, seorang ahli bahasa dari Universitas Pendidikan Indonesia, yang dalam bidang ilmu linguistik menyatakan bahwa "skena" berasal dari proses akronim, yaitu gabungan huruf atau suku kata yang ditulis dan diucapkan sebagai kata yang

dapat diterima secara umum. Misalnya, ponsel merupakan kepanjangan dari telepon seluler. Dalam konteks ini, “skena” dapat diartikan sebagai akronim dari Sua, Cengkerama, dan Kelana (Khotimah, 2023).

Terminologi "Skena" belum tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), meskipun populer di media sosial seperti Instagram dan TikTok serta dalam obrolan sehari-hari. Iqbaal Ramadhan menyatakan bahwa "Skena" dapat dijelaskan sebagai komunitas yang merujuk pada kelompok kolektif dengan kesamaan preferensi dalam bidang tertentu, seperti musik, mobil, fashion, dan film (Nugraha, 2023). Dalam konteks kekinian, "Skena" mencerminkan upaya perubahan budaya anak muda di era digital. Istilah ini menggambarkan kegiatan sosial dan budaya sekelompok individu dengan minat serupa, menandai dinamika keberagaman dan ekspresi dalam komunitas yang berani. Keberadaan "Skena" di platform seperti Instagram dan TikTok menunjukkan tren baru dalam budaya digital serta semangat eksplorasi dan kebebasan berekspresi generasi muda.

Di tengah ramainya istilah ini, muncul fenomena yang membuat gaduh di media sosial, terutama dalam skena musik. Beberapa individu atau kelompok memaksakan standar mereka kepada orang lain. Contohnya, ada yang mengkritik orang yang mengenakan kaos band tanpa mengetahui lagunya atau menetapkan pakaian serba hitam dalam skena metal. Mereka berpendapat bahwa seseorang harus hafal lagu-lagu dari band jika mengenakan kaos band dan harus mengenakan pakaian hitam untuk dianggap bagian dari skena metal. Fenomena ini melahirkan istilah "polisi skena", yaitu individu yang menegakkan norma tertentu dalam komunitas atau perkumpulan tertentu. Hal ini dapat memperdalam polarisasi dan menciptakan citra negatif skena itu sendiri.

Oleh karena itu, upaya untuk memperbaiki pergeseran makna juga citra skena yang mengarah pada konotasi negatif memerlukan media yang dapat membahas makna skena secara lebih mendalam, memberikan kesadaran, serta meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap keberagaman dalam komunitas. Media tersebut juga harus mempromosikan sikap inklusif dan menghargai preferensi yang beragam. Hal ini dapat membantu mengurangi dominasi atau keberadaan "polisi skena" yang mungkin merugikan citra dan dinamika positif dalam skena.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang beragam aspek dalam "Skena", serta mengurangi polarisasi dan citra negatif yang melekat pada skena. Oleh karena itu, dibuatlah sebuah serial yang bernama TELUSUR SKENA.

Dengan narasi cerdas dan pendekatan inklusif, serial ini dapat menginspirasi penonton untuk berkontribusi dalam perubahan sosial positif. *Telusur Skena* tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk memperkuat budaya anak muda di era digital. Dengan strategi dan konten yang tepat, serial ini berpotensi menjadi katalisator perubahan positif dalam budaya dan masyarakat.

Sebuah media dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, sedangkan publikasi adalah cara Public Relations menyebarkan informasi, ide, atau gagasan kepada khalayaknya (Susilowati, 2018). Untuk serial "*Telusur Skena*", Instagram Reels dipilih sebagai media yang tepat karena format video pendek yang dinamis dan menarik, cocok untuk audiens muda, serta mendukung viralitas. Fitur musik, efek visual, dan elemen kreatif lainnya membuat konten lebih menarik dan mudah diingat.

Serial "*Telusur Skena*" akan melakukan peliputan khusus di Yogyakarta, yang menawarkan latar belakang budaya dan pendidikan yang kaya. *Skena* di Yogyakarta memiliki keunikan tersendiri, menggabungkan elemen tradisional dan modern yang menjadi ciri khas kota tersebut. Dengan mengeksplorasi *skena* di Yogyakarta, "*Telusur Skena*" berharap mengungkap dinamika komunitas dan kebudayaan, serta menyoroti peran Yogyakarta sebagai pusat kreativitas dan inovasi di Indonesia.

II. METODE PERANCANGAN

Dalam perancangan serial video "*Telusur Skena*", metode audio-visual. Media ini dapat menampilkan dua komponen sekaligus, yaitu gambar dan suara (Khadijah, 2021). diterapkan melalui tahapan Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi, dengan fokus pada tren budaya anak muda di Yogyakarta pada era digital. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendalami pemahaman terhadap budaya "*Skena*". Menurut Fadli (2021), kualitatif bertujuan untuk memahami kondisi konteks melalui penjelasan rinci dalam lingkungan yang alami. Metode yang digunakan meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis konten media sosial. Kusumohendrarto (2021) menyebutkan bahwa observasi menggunakan pengindraan dan pengamatan langsung untuk mengumpulkan data penelitian. Pengambilan sampel dilakukan secara purposif untuk memastikan representasi komprehensif. Data dianalisis secara induktif untuk mengidentifikasi pola dan tema, menggunakan alat seperti panduan wawancara, catatan lapangan, dan analisis konten media sosial. Prosedur penelitian mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, analisis, dan interpretasi untuk menghasilkan temuan signifikan tentang budaya "*Skena*" di Yogyakarta.

III. PEMBAHASAN.

Berdasarkan studi kualitatif yang ekstensif, termasuk observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan para pemain "Skena", dan analisis konten media sosial, ditemukan bahwa fenomena "Skena" di Yogyakarta sangat dinamis dan beragam. Pengambilan sampel dilakukan dengan sengaja selama tahap Pra-Produksi untuk memastikan penggambaran yang komprehensif dari berbagai bagian dari "skena".

Pada tahap produksi, konsep wawancara semi-dokumenter digunakan dengan narasi yang dibawa oleh Arsita Pinandita, seorang dosen, dan direktur kreatif yang berpengalaman di bidang "Skena". Setiap episode disertai *voice over* yang akan memandu telusur skena ini. Berbagai acara musik, pertunjukan, dan *gigs* di Yogyakarta akan diliput secara ekstensif untuk konten, memberikan gambaran akurat tentang kancah lokal sekaligus menyoroti kegiatan dan interaksi komunitas, sebagian *footage* juga beberapa mengambil dari internen untuk di jadikan kebutuhan konten.

Pada tahap Pasca Produksi, rekaman dan data diproses secara induktif untuk menciptakan narasi yang koheren dan menarik. Setiap episode diedit dengan hati-hati untuk memastikan bahwa serial ini memberikan informasi yang faktual dan menarik, serta menggambarkan dinamika masyarakat "Skena" secara realistis. Setelah itu media *Reels* di Instagram menjadi platform yang tepat untuk serial "TELUSUR SKENA" ini. Dan di publikasi melalui kanal CULT CREATIVE CULTURES

3.1. Skena

Dalam *lanskap* media sosial yang terus berubah, "Skena" telah muncul sebagai fenomena yang menarik perhatian generasi muda di Indonesia. Istilah ini, Awalnya merupakan padanan dari kata "*scene*" yang diadopsi dari bahasa Inggris. Dalam artikelnya yang berjudul "*Systems of articulation, logics of change: Communities and scenes in popular music*", Will Straw mendefinisikan *scene* sebagai ruang kultural bersama untuk berbagai praktik musikal "berbeda", yang termasuk berbagai bentuk diferensiasi dan perubahan internal kelompok, "Scene musik adalah ruang budaya di mana berbagai macam praktik musik hidup berdampingan, berinteraksi satu sama lain dalam berbagai proses diferensiasi, dan menurut secara luas berbagai lintasan perubahan dan fertilisasi silang." (Straw, 1991) .

Scene yang awalnya merujuk pada subkultur seni dan musik yang nonkonformis, kini telah berevolusi menjadi simbol dari interaksi sosial yang lebih luas dan inklusif. "Skena" dapat dijelaskan sebagai sebuah komunitas. Merujuk pada kelompok kolektif di suatu tempat yang

memiliki kesamaan dalam preferensi atau referensi tertentu, seperti dalam bidang musik, jenis mobil tertentu, gaya fashion, film, dan lain-lain, jelas Iqbaal Ramadhan dalam (Nugraha, 2023). Meskipun belum diakui secara resmi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penggunaannya yang meluas di platform seperti Instagram dan TikTok menunjukkan bagaimana bahasa dapat berkembang dan beradaptasi dengan dinamika sosial. Dengan memahami “Skena” dan implikasinya, kita dapat mengapresiasi bagaimana komunitas-komunitas ini berkontribusi pada pembentukan identitas dan budaya anak muda, serta potensi mereka untuk mendorong perubahan sosial yang positif dan inklusif dalam masyarakat.

3.2 Reels Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang berkembang pesat, berkat fitur-fitur seperti Reels (Dewaweb, 2022). Instagram *Reels* adalah fitur yang diluncurkan pada tahun 2020 untuk bersaing dengan TikTok. Fitur ini memungkinkan pengguna membuat dan membagikan video pendek hingga 90 detik, serta menjangkau audiens lebih luas melalui "Explore". Ini memberi peluang besar bagi kreator konten untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau lebih banyak orang.

Instagram *Reels* dipilih sebagai media untuk serial "Telusur Skena" karena kepopulerannya di kalangan generasi muda dan format video pendek yang dinamis. Generasi muda, yang menjadi target utama serial ini, lebih aktif di Instagram, yang menawarkan fitur-fitur kreatif seperti musik dan efek visual untuk menarik perhatian. *Algoritma* Instagram yang mendukung viralitas konten memungkinkan serial ini untuk menjangkau audiens lebih luas dengan cepat. Interaktivitas melalui komentar dan *direct messages* memungkinkan pembangunan komunitas yang kuat dan *engaged*, yang sangat penting dalam menginspirasi perubahan sosial yang positif. Dengan *Reels*, serial ini dapat menyampaikan pesan secara cepat dan efektif, sesuai dengan preferensi konsumsi konten audiens muda yang cenderung memiliki rentang perhatian pendek.

Penggunaan Instagram *Reels* sejalan dengan tren digital saat ini, di mana video pendek sangat populer. Serial "Telusur Skena" dapat memanfaatkan data analitik Instagram untuk menjadwalkan konten secara optimal dan meningkatkan interaksi. Kreativitas dalam cerita, kolaborasi dengan narasumber yang memiliki audiens serupa, dan interaksi aktif dengan penonton dapat meningkatkan visibilitas dan *engagement*. Meski ada tantangan dalam persaingan konten dan sumber daya, fokus pada kualitas dan pemahaman audiens menjadikan Instagram *Reels* platform ideal untuk menyampaikan pesan dan memperkuat interaksi dengan audiens.

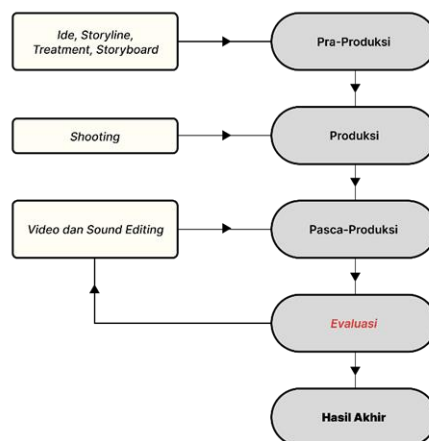
3.3. Perancangan

Tahap pra-produksi atau perencanaan mengacu pada kegiatan yang dilakukan oleh tim produksi sebelum dimulainya pembuatan video (Annisa, 2023). Langkah pra-produksi melibatkan diskusi ekstensif untuk menentukan konsep, tujuan, target audiens, dan durasi video. Selama tahap ini, *script* dibuat sebagai panduan untuk tim produksi, dan juga mempersiapkan peralatan.

Tahap produksi adalah tahap eksekusi dari persiapan yang sudah dilakukan pada tahap pra-produksi, Selama tahap produksi, visual dan suara diambil sesuai dengan *script* yang telah di buat (Fadhillah, 2017). Tim produksi harus berkolaborasi dengan baik untuk menjamin bahwa semua adegan diambil dengan tepat. Data kemudian ditransfer dan dipilih berdasarkan storyboard.

Pasca-produksi terdiri dari pengeditan, rendering, peninjauan, dan penerbitan. Video dibuat berdasarkan script, di-render untuk mendapatkan versi final, dan melalui proses dubbing, pemberian efek suara, pencampuran audio dan video, serta pratinjau akhir untuk memastikan kualitas pengeditan (Edison, 2019) Video tersebut kemudian ditinjau kembali untuk memastikan bahwa video tersebut memenuhi persyaratan mereka, dan film yang telah selesai diunggah ke platform media sosial Instagram.

Dalam perancangan serial "Telusur Skena," variabel pendukung mencakup kegiatan populer di kalangan anak muda, event terkini, serta ikon gaya hidup remaja masa kini. Metode ini bertujuan memberikan gambaran tentang budaya dan tren yang sedang berlangsung di kalangan generasi muda pengguna Instagram, khususnya mereka yang mungkin belum memiliki pemahaman mendalam.



Gambar 1. Bagan Metode Produksi Film/Video

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

3.3.1 Pra-Produksi

Script

Penulisan naskah merupakan bagian yang sangat penting dalam menentukan kualitas dan daya tarik konten pada tahap awal perancangan serial *Telusur Skena*. Menulis *script* pembuatan konten adalah langkah penting dalam produksi media, termasuk video, podcast, esai, dan konten digital lainnya. Naskah membantu mengarahkan konten yang akan dibuat untuk menarik minat audiens dan mencapai tujuan pemasaran atau instruksional yang ditargetkan (Utomo, 2022). Naskah bertindak sebagai panduan utama dalam produksi, memastikan bahwa setiap elemen narasi, dialog, dan visualisasi terjalin secara harmonis untuk menciptakan pengalaman yang imersif bagi penonton. Penulisan naskah yang efektif tidak hanya mengatur alur cerita dan struktur episode, tetapi juga membantu menyampaikan pesan-pesan utama dalam episode tersebut.

No	Scene	Script	Insert Footage
<i>Episode 1. Serba-Serbi Skena!</i>			
1	Opening dan judul serial.	Narator melakukan opening memperkenalkan serial, membuka tema pembahasan, dan memperkenalkan narasumber	<i>Opening animation with the serial title and short clips from various scenes.</i>
2	Skena! Apa itu Skena?	Narasumber menjelaskan apa itu skena dan lain halnya.	<i>video clips from various subcultures and displays definitions of scenes and subcultures.</i>
3	Sejarah dan Perkembangan Skena.	Narasumber memaparkan sejarah & perkembangan yang terjadi pada terminologi Skena ini dari masa ke masa	<i>Archival footage of the punk and metal scene, followed by the contemporary scene.</i>
4	Skena Saat ini.	Narasumber memberikan pendapat tentang perkembangan dari terminologi skena dan menanggapi	<i>shows the enduring development of each subculture, and features</i>

No	Scene	Script	Insert Footage
		venomena yang ada di sosial media saat ini.	<i>performances from today's music community</i>
<i>Episode 2. * Polisi Skena! *(untuk beberapa episode seelanjutnya, struktur script sama.)</i>			
1	Polisi Skena? Apa sih Polisi Skena?	Narasumber menjelaskan tentang polisi Skena dan lain halnya.	<i>Showing a picture of the police scene circulating on social media.</i>
2	Posisi Polisi Skena dalam Skena.	Narasumber memaparkan dan memberikan pendapat tentang polisi skena dan menanggapi venomena yang ada di sosial media saat ini.	<i>Footage of Polisi Skena activities in various subcultures.</i>
<i>Episode akhir. Kesimpulan dan closing</i>			
1	Kesimpulan dan closing Serial TELUSUR SKENA	Narasumber meberikan penjelasan penutup, Narator menyimpulkan seluruh pembahasan tentang skena dari episode-episode sebelumnya dan menutup serial dengan pesan akhir.	<i>Footage of live music festivals, fans engaging with bands. Montage of highlights from the documentary</i>

Target Audience

Dalam sebuah media, terutama konten yang akan dipublikasikan di media sosial, memiliki target audiens adalah hal yang sangat penting. Dalam bidang komunikasi massa, audiens memainkan peran krusial sebagai elemen esensial yang memastikan keberlanjutan proses komunikasi (Walisyah, 2021). Ketika komunikator berfungsi sebagai sumber pesan, sinyal yang dikirimkan ditujukan kepada audiens yang kemudian menerimanya. Tanpa audiens, proses komunikasi akan terhenti pada tahap pesan dan tidak dapat berlanjut, sehingga pesan tidak tersampaikan. Dalam konteks budaya digital yang dinamis, fenomena "Skena" mencerminkan keinginan generasi muda untuk mengeksplorasi dan berekspresi secara unik dan autentik. Target audiens "Skena" terutama adalah remaja hingga dewasa awal yang aktif di media sosial seperti TikTok dan Instagram. Mereka memiliki hasrat untuk terlibat dalam

komunitas yang mendukung kebebasan berekspresi. Audiens ini terdiri dari individu kreatif yang mencari identitas dan pengakuan dalam kelompok dengan preferensi serupa.

Memahami karakteristik demografis dan psikografis serta motivasi mereka memungkinkan "Skena" berfungsi sebagai katalisator perubahan sosial yang positif dan inklusif. Ini dapat mendorong keberagaman dan toleransi dalam ekspresi budaya era digital. Morrison (2010) menjelaskan bahwa pada dasarnya, segmentasi demografis didasarkan pada peta kependudukan, seperti usia, jenis kelamin, besarnya keluarga, tingkat pendidikan tertinggi, jenis pekerjaan, penghasilan, agama, suku, dll. Komunikasi bergantung pada karakteristik demografis ini karena mereka dapat diukur dan sering terkait dengan kebutuhan dan perilaku konsumen (Lee, 2011).

Data Target Audience

1. Demografi:

- Usia: Remaja hingga dewasa awal (sekitar 15-30 tahun).
- Kota-kota besar di Indonesia, Terkhusus Yogyakarta.
- Media Sosial: Instagram.
- Aktivitas: Cukup aktif di media sosial.

2. Psikografi:

- Motivasi: Keinginan untuk mengeksplorasi dan berekspresi secara unik dan autentik.
- Preferensi: Mendukung kebebasan berekspresi, mencari identitas dan pengakuan.
- Gaya Hidup: Terlibat dalam komunitas yang mendukung kreativitas dan ekspresi diri.

3. Karakteristik:

- Kreatif: Cenderung mencari cara baru untuk mengekspresikan diri.
- Komunitas: Suka berpartisipasi dalam kelompok dengan minat dan preferensi yang sama.
- Inklusif: Mendukung keberagaman dan toleransi dalam ekspresi budaya.

4. Peran dalam Masyarakat:

- Katalisator Perubahan Sosial: Mendorong perubahan sosial yang positif dan inklusif.
- Pengaruh: Memiliki pengaruh dalam membentuk budaya digital yang dinamis dan beragam.

Dengan memahami karakteristik target audiens ini, "Skena" dapat lebih efektif dalam menciptakan konten yang relevan dan menarik, serta memperkuat peran mereka dalam mendukung ekspresi budaya yang beragam dan inklusif.

Gaya Visual & Referensi

Sebuah elemen desain merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah perancangan, maka diperlukan untuk memilih elemen desain dengan baik agar sesuai dengan konsep perancangan (Hifda, 2023). Oleh karena itu Gaya visual yang merupakan bagian dari elemen design, dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan, meningkatkan daya tarik visual, dan memastikan bahwa informasi dipahami dengan jelas dan efektif oleh target audiens. Dalam proses perancangan serial video "Telusur Skena", Gaya visual ini mengambil nuansa Grunge dan Pop Art dari tahun 90-an karena sifatnya yang dinamis, ekspresif, dan memiliki kemampuan untuk menimbulkan nostalgia. Dengan penggunaan warna cerah dan elemen komik, pop art muncul pada pertengahan abad ke-20 dan terinspirasi dari budaya populer dan media massa. Andy Warhol adalah salah satu tokoh yang mempopulerkan gerakan ini dan terkenal dengan lukisan potret selebriti dan kaleng sup Campbell.

Untuk memberikan tekstur visual yang menarik, video ini menggunakan garis tebal dan pola grafis seperti titik-titik serta warna cerah seperti merah, kuning, biru, dan hijau neon. Pop Art "merayakan objek sehari-hari dan media massa dengan cara yang mencolok dan sering kali ironis" (Osterwold, 2003). Aksesori, pakaian, dan latar belakang berwarna-warni menunjukkan ekspresi tahun 50-an, dan kesan dinamis dihasilkan oleh grafis yang terinspirasi dari iklan MTV dan iklan masa itu.

Sebaliknya, subkultur dan aliran musik Grunge, yang berlangsung dari akhir 1980-an hingga awal 1990-an, terkenal dengan warna gelap, tekstur kasar, dan gaya yang "kotor". Gaya visual Grunge tumbuh subur pada desain yang tidak sempurna. Ini adalah kanvas dengan tekstur yang tertekan, seperti cipratan tinta, kertas yang robek, dan permukaan yang lapuk, elemen-elemen ini menambah kedalaman dan sejarah pada komposisi, sebuah gaya visual dari keaslian yang mentah (Ahmed, 2024). Palette warna gelap dan tekstur kasar seperti grafiti dan kertas sobek memberikan kesan urban yang "kotor" dan kontras yang menarik dengan warna-warna Pop Art yang cerah.

Menggabungkan gaya kontras seperti Pop Art dan Grunge memerlukan keseimbangan antara tekstur kasar dan halus. Perpaduan ini diperkuat oleh transisi dinamis dan musik yang sesuai. Ini menciptakan suasana yang berbeda yang memadukan kenangan masa lalu dengan sentuhan modern. Gaya visual video ini bukan hanya fitur estetika, tetapi juga membantu menyampaikan pesan dan nuansa yang diinginkan. Penggunaan gaya Grunge dan Pop Art dari tahun 90-an menciptakan dimensi visual yang kaya dan dinamis serta suasana yang nostalgik yang tetap relevan dengan tren visual kontemporer.

Dalam menentukan gaya visual untuk teleusur skena ini mengambil bebe referensi dari internet, salah satunya mengambil gaya editing dari konten Froyonion dari Youtube, Froyonion menampilkan gaya visual yang bebas, gaya visual yang menampilkan visual grafis yang penuh *full color* seperti gaya pop art, dan juga visual yang *play full*, bermain dengan banyak elemen di dalamnya seperti gaya visual grunge. Sehingga cocok untuk diadaptasi dan di kembangkan kembali ke dalam serial telusur skena ini.



Gambar 2. Referensi dari Froyonion
(Sumber: YouTube Froyonion)

3.3.2 *Produksi*

Tahap produksi melibatkan pengambilan gambar sesuai dengan skrip yang telah disusun pada tahap pra-produksi, dengan tujuan mengumpulkan bahan video sesuai dengan adegan yang direncanakan. Pengambilan gambar dilakukan selama tujuh hari dalam sebulan: satu hari untuk wawancara dan sisanya untuk insert footage, menyesuaikan dengan acara di Jogja. Beberapa footage diambil dari internet, seperti dari Google Foto, Pinterest, dan YouTube, untuk mengatasi keterbatasan dalam pengambilan footage.

Peralatan yang digunakan mencakup kamera Full HD. Kamera utama Lumix seri G digunakan untuk wawancara dan gambar tajam, sementara Canon seri 600D sebagai kamera kedua untuk gambar mendetail. Mic clip on dan tripod mendukung shooting wawancara.

Video direkam dalam resolusi Full HD (1080 x 1920 piksel) dalam format portrait untuk Instagram *Reels*. File video dikelompokkan berdasarkan hari shooting agar pasca-produksi teratur dan efisien. Pengaturan yang baik diharapkan menghasilkan konten menarik yang menggambarkan dinamika "Skena" secara autentik.

Aspek teknis & Media

Selama pengambilan gambar, rekaman wawancara disiapkan, sisipan ditentukan, dan jenis bidikan yang dapat diterima dipilih. Adobe Premiere Pro dan Cap Cut digunakan selama proses penyuntingan untuk mengatur video dan memberikan sisipan pendukung.

Instagram *Reels* dipilih sebagai tempat untuk merilis serial ini karena kemudahan penggunaan dan kecepatan ketersediaannya juga mengikuti dari target audience yang relevant dengan media tersebut. Selain itu, Tiktok dan Instagram memiliki pemirsa potensial yang sangat luas, dengan melihat trend di media sosial saat ini.

Resolusi	Full HD (1080x1920pixel)
<i>Aspect Ratio</i>	9:16 - <i>vertikal</i>
<i>Codec</i>	H264
Audio	<i>stereo</i>
Durasi	2 – 6 menit per episode

3.3.3 Pasca Produksi

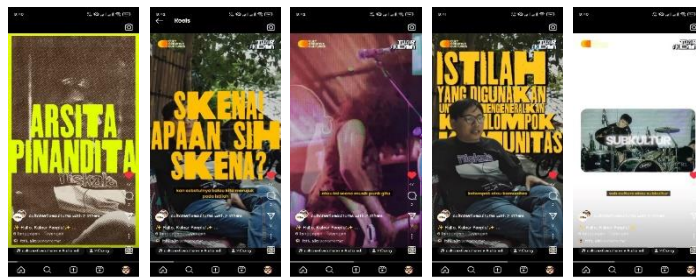
Dalam tahap produksi, bahan yang didapat melalui editing meliputi pengolahan video, color grading, scoring music, dan pemberian elemen visual, kemudian video dirender. Hasilnya adalah serial konten wawancara semi-dokumenter tentang kultur anak muda, khususnya tema skena. Cuplikan disusun kronologis untuk menjaga alur, color grading untuk konsistensi warna dan mood, dan scoring music mendukung narasi serta emosi. Elemen visual seperti grafik dan teks memperjelas informasi dan menambah daya tarik. Setelah semua elemen digabungkan, video dirender untuk memastikan kualitas sesuai standar platform publikasi dan dipublikasikan di Instagram *Cult Creative Cultures* dalam format *Reels*.

3.4 Hasil perancangan

Setelah melalui tahap pasca-produksi dengan mengolah video dalam proses editing sesuai dengan aspek yang telah ditentukan pada tahap pra-produksi, video kemudian dirender untuk memastikan kualitas gambar dan suara sesuai standar platform publikasi. Hasil akhir dipublikasikan di kanal Instagram *Cult Creative Cultures*, berformat *Reels*.

Dengan demikian, dihasilkan serial video berjudul "TELUSUR SKENA," yang terdiri dari enam episode yang membahas tentang skena. Berikut ini adalah hasil dari perancangan yang telah dilakukan:

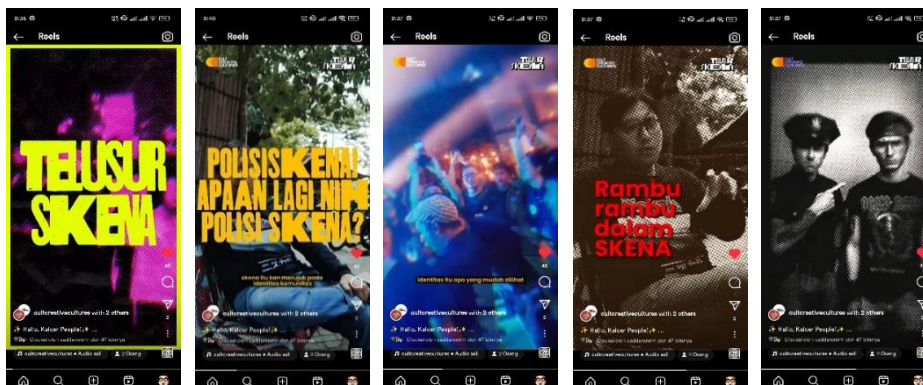
a. Episode 1: APA SIH SKENA? SERBA-SERBI SKENA.



Gambar 3. EPS. 1. Serba-Serbi SKENA
(Sumber: *Instagram Cult Creative Cultures*)

Dalam episode pertama “Serba-Serbi Skena”, kita mengeksplorasi makna dan evolusi istilah “skena” dalam budaya anak muda. Berasal dari bahasa Inggris "scene", istilah ini awalnya menggambarkan kelompok dengan minat khusus seperti musik atau seni, dan populer di Indonesia pada akhir 90-an dan awal 2000-an, terutama di komunitas musik underground. Perubahan dari “scene” menjadi “skena” mencerminkan adaptasi identitas kolektif dan nilai-nilai budaya. Evolusi “skena” mencerminkan pergeseran makna budaya populer dari subkultur seperti musik metal atau punk, menjadi istilah yang mencakup aspek sosial dan budaya yang lebih luas, dipengaruhi oleh tren dan gaya hidup kontemporer. Episode ini menyoroti perubahan istilah “skena”, implikasinya terhadap identitas kolektif, dan dampaknya dalam dinamika sosial dan budaya modern. Pertanggal 15 juli 2024 telah mendapatkan 2.050 views dengan 52 like.

b. Episode 2: POLISI SKENA

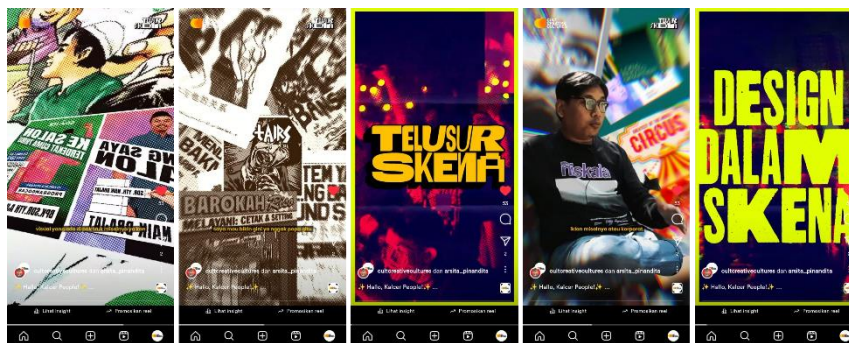


Gambar 4. EPS. 2. Polisi SKENA
(Sumber: *Instagram Cult Creative Cultures*)

Di episode kedua, kita membahas istilah “polisi skena”, yang muncul seiring perkembangan skena. "Polisi skena" adalah individu atau kelompok yang secara informal mengawasi keaslian dan kepatuhan anggota skena terhadap nilai dan norma komunitas. Mereka menjaga integritas komunitas dengan memastikan partisipan memahami dan menghargai budaya skena, terkait identitas, selera, dan estetika seperti pakaian, obrolan, dan perilaku.

Namun, peran ini kontroversial karena bisa dianggap terlalu ketat atau eksklusif, menghalangi inovasi dan orang-orang baru. Meski menjaga identitas komunitas, ada pertanyaan mengenai relevansi dan pentingnya pengawasan tersebut. Episode ini mengeksplorasi perkembangan istilah “polisi skena”, peran mereka dalam komunitas, serta dampaknya terhadap kreativitas, kebebasan berekspresi, dan inklusivitas dalam skena. Pertanggal 15 juli 2024 telah mendapatkan 1.639 *views* dengan 76 *like*.

c. Episode 3: DESIGN DALAM SKENA

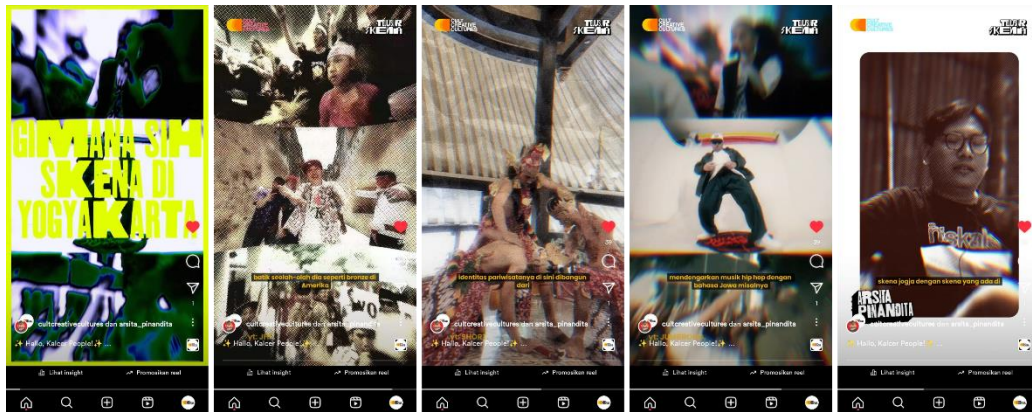


Gambar 5. EPS. 3. Skena dalam Design
(Sumber: *Instagram Cult Creative Cultures*)

Episode ini mengulas bagaimana skena desain grafis membentuk identitas unik yang berbeda dari industri besar. Dalam skena, desainer bebas bereksperimen dan menciptakan tren tanpa terikat aturan ketat, menghasilkan gaya dan identitas khas yang lebih kreatif dibandingkan desain korporat yang cenderung jelas dan mudah dimengerti.

Menariknya, gaya desain skena sering diadopsi oleh industri besar, seperti iklan Gojek atau Grab yang mengadopsi gaya visual truk atau stiker 90-an. Ini menunjukkan pengaruh kuat skena dalam menciptakan tren dan identitas visual baru dalam industri desain grafis. Pertanggal 15 juli 2024 telah mendapatkan 1.194 *views* dengan 55 *like*.

d. Episode 4: SKENA JOGJA KEK MANA!



Gambar 6. EPS. 4. Skena di Yogyakarta
(Sumber: *Instagram Cult Creative Cultures*)

Video di episode ini mengulas keunikan skena di Jogja yang beragam dan berbeda dari kota lain karena karakteristiknya sebagai kota pelajar dan pariwisata. Skena di Jogja beririsan erat dengan seni rupa, seni kontemporer, seni tradisi, dan seni budaya, yang dipengaruhi oleh identitas pariwisata kota ini.

Contoh menonjol adalah musik hip hop berbahasa Jawa dengan elemen tradisional seperti baju batik, yang menunjukkan perpaduan tradisi dan modernitas. Meskipun kota lain juga memiliki hip hop dalam bahasa daerah mereka, Jogja menonjol dengan identitas kuatnya. Video ini menggambarkan bagaimana nilai-nilai tradisi di Jogja berpadu dengan proyeksi masa kini, menciptakan skena yang khas dan menarik. Pertanggal 15 juli 2024 telah mendapatkan 944 views dengan 49 like.

e. Eppisode 5: MERCHANDISE MUSIK: GAYA VISUAL DALAM SKENA



Gambar 7. EPS. 5. Merchandise Musik:Gaya Visual dalam Skena
(Sumber: *Instagram Cult Creative Cultures*)

Episode ini mengulas bagaimana skena desain menciptakan identitas visual unik melalui merchandise musik. Narasumber, penulis buku "Merchandise Musik: Gaya Visual dalam Skena", menjelaskan bahwa band-band menggunakan merchandise seperti kaos, vinyl, dan boxset untuk mengekspresikan kreativitas mereka. Dalam lima tahun terakhir, popularitas vinyl, CD, dan kaset meningkat kembali sebagai barang koleksi yang mencerminkan identitas dan kreativitas band. Pertanggal 15 juli 2024 telah mendapatkan 2.135 *views* dengan 143 *like*.

Fenomena ini menunjukkan pentingnya merchandise dalam identitas visual skena musik, dengan contoh unik seperti boxset berbentuk kandang burung di Jogja. Penelitian terhadap anak muda di Pulau Jawa mengungkapkan bahwa mereka menghabiskan uang untuk tiket konser dan merchandise band, menunjukkan komitmen mereka. Merchandise tidak hanya mendukung band secara finansial, tetapi juga menghidupkan ekosistem industri kreatif, termasuk ilustrator, vendor, dan produsen alat. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana skena dapat menciptakan pasar dan mendukung UMKM dalam industri kreatif.

f. Episode 6: BIAR SKENA GAK SEKENANYA AJA



Gambar 8. EPS. 6. Kesimpulan Skena
(Sumber: *Instagram Cult Creative Cultures*)

Episode ini mengulas bahwa istilah "skena" memiliki makna luas, tidak hanya terkait aspek visual seperti fashion. Narasumber berharap skena dilihat sebagai subkultur dengan identitas yang dapat digali lebih dalam, bukan sekadar tren sementara. Skena seharusnya mencerminkan keunikan setiap era, seperti pop art pada tahun 50-an, punk pada tahun 70-an, new wave pada tahun 80-an, dan grunge pada tahun 90-an.

Harapannya, skena di Indonesia dapat memiliki identitas kuat dan tidak hanya menjadi tren sementara. Dengan identitas yang kuat, skena dapat berkontribusi pada pengembangan industri kreatif di Indonesia, bukan sekadar fenomena sosial atau tren mode semata. Pertanggal 15 juli 2024 telah mendapatkan 313 *views* dengan 15 *like*.

IV. Kesimpulan

Serial "TELUSUR SKENA" berhasil memberikan wawasan mendalam tentang fenomena "skena" secara umum dan di Yogyakarta, mencakup sejarah, perkembangan, dan dinamika komunitas anak muda di era digital. Menggunakan metode observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis konten media sosial, serial ini menggambarkan keberagaman dan interaksi sosial dalam "skena". Proses produksi yang sistematis dan terstruktur memastikan kualitas dan keaslian konten, dengan gaya visual Grunge, Pop Art, dan nuansa 90-an yang menarik serta relevan dengan tren visual kontemporer. Publikasi di Instagram *Reels* menunjukkan pemahaman mendalam terhadap target audiens di media sosial.

Serial ini menyampaikan informasi yang faktual dan mendorong apresiasi terhadap keberagaman dan kebebasan berekspresi dalam "skena", serta berpotensi menjadi katalisator perubahan sosial positif dalam "skena" yang merupakan bagian dari subkultur. Sejalan dengan pemikiran Bennett (2004) yang menyatakan bahwa *"a virtual subculture acquires a new resonance as folk models, that is, as cultural resources actively defined by young people themselves and used as a means of cultural spaces in everyday contexts,"* serial ini mampu menjadi sumber daya budaya yang aktif didefinisikan oleh anak muda, menciptakan ruang budaya yang relevan dalam konteks sehari-hari.

Untuk perancangan ke depannya, disarankan menambah topik dalam pembahasan skena agar lebih beragam dan mempublikasikan konten di media lain seperti YouTube dan TikTok guna menjangkau audiens yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Ahmed, I. (2024, januari 6). *Grunge Graphic Design: History, Characteristics, and Influence*. Retrieved from Mediacaterer: <https://mediacaterer.com/grunge-graphic-design-history/>
- Annisa Nurul Shadrina, S. R. (2023). Manajemen Produksi Film Pendek Keling: dari Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. *JURNAL AUDIENS*, 322.
- Bennett, A. (2004). Virtual Subculture? Youth, Identity and Internet. In A. B. Kahn-Harris, *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture* (pp. 162-172). London: Palgrave.
- Dewaweb. (2022, November 3). Panduan Reels Instagram, Fitur-Fitur, dan Cara Membuatnya. Diambil dari Dewaweb: <https://www.dewaweb.com/>
- Edison, R. P. (2019). PERAN EDITOR VIDEO DALAM PRODUKSI PROGRAM SEMBANG MALAM I CERIA TV PEKANBARU. *Jurnal An-nida, Jurnal Pemikiran Islam*, 17.
- Fadhillah, M.R, G. P. (2017). Produksi Video Promosi Produk Mekari dan Video After Movie Jurnal Partner Awards and Dinner di PT Mid Solusi Nusantara . *Jurnal Sains Terapan*, 74.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian Kualitatif. *Humanika*.
- Khadijah, K. A. (2021). Penggunaan Media Audio Visual untuk Meningkatkan Kemampuan Mengenal Huruf Pada Anak Usia Dini di RA Amanah Amaliah. *Jurnal Raudhah*.
- Khotimah, F.N., J. P. (2023, september). *Mari Merona dengan Skena*. Retrieved from Antara News: <https://www.antaraneews.com/interaktif/mari-merona-dengan-skena/index.html>
- Hifda Afdal Salam, D. S. (2023). PELESTARIAN BUDAYA PANGANDARAN FILM DOKUMENTER TARI RONGGENG GUNUNG. *AKSA JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.
- Kusumohendrarto, R.H., N. D. (2021). PERANCANGAN VIDEO DESTINASI WISATA KULON PROGO SEBAGAI PEMBENTUK CITY BRANDING DAERAH. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia* .
- Lee, M., C. J. (2011). *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Kencana.

- Morrison. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Nugraha, R. S. (2023, Juli 26). *BUKAN SUA, CENGKERAMA DAN KELANA, INI ARTI KATA 'SKENA' SESUNGGUHNYA*. Retrieved from FROYONION: <https://www.froyonion.com/news/esensi/bukan-sua-cengkerama-dan-kelana-ini-arti-kata-skena-sesungguhnya>
- Osterwold, T. (2003). *Pop Art*. Hong Kong: Taschen.
- Straw, W. (1991). Systems of articulation, logics of change: Communities and scenes in popular music. *Cultural Studies*, 373.
- Susilowati, & Maudi, Erik. (2018). Strategi Koperasi Karya Mandiri Dalam Memperkenalkan Product Knowledge Melalui Event Gowes Pesona Nusantara. *Jurnal Komunikasi*.
- Utomo, T.S.B., H. M. (2022). PROSES PENULISAN *SCRIPT* PRODUKSI KONTEN DI TV9 NUSANTARA SURABAYA. *AN-NASHIHA : Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 83.
- Walisyah, T. (2021). Instagram: Periklanan Gaya Baru Di Era Kini. *JURNAL KOMUNIKA ISLAMIKA: JURNAL ILMU KOMUNIKASI DAN KAJIAN ISLAM*.

PENGENALAN TREN BUDAYA ANAK MUDA PADA ERA
DIGITAL MELALUI INSTAGRAM REELS SERIAL "TELUSURSKENA"
DI YOGYAKARTA



Disusun Oleh

NADHIM MUHAMMAD RAMDAN
11201057

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL STRATA 1
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI
INDONESIA

Menyetujui
Dosen Pembimbing
Tanggal: 12 Juli 2023



R. Hadapiningrani Kusumohendrarto, M.Ds.

NIDN. 0524079001

Pengenalan Tren Budaya Anak Muda pada Era Digital melalui Instagram/Serial "Telusurskena"
DI Yogyakarta



Tugas Akhir/Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan tim penguji Program Studi Desain Komunikasi Visual Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain VISI Indonesia

Pada tanggal 12 Juli 2024 di STSRD VISI
Yogyakarta

Dewan Penguji

Pembimbing

R. Hadapingrani
Kusumohendrarto, M.Ds

NIDN. 0524079001

Ketua Penguji

Dian Prajarini, S.T., M.Eng.

NIDN. 0624078401

Mengetahui,

Ketua STSRD VISI

Wahju Tri Widadijo., M.Sn

NIDN. 0526047001

Ketua Jurusan

Dwisanto Sayogo, M.Ds

NIDN. 0510128401