

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan konsep *subcultural capital* yang diperkenalkan oleh Sarah Thornton (1995) untuk mendeskripsikan bagaimana pemuda mengelola acara *collective party* 'Kuliah Umum' di D.I. Yogyakarta membangun ekspresi autentisitas sekaligus simbol resistensi terhadap norma-norma sosial sehari-hari. Penelitian ini juga mengeksplorasi cara para pengelola memanfaatkan teknologi media sosial untuk menyalurkan serta mengakumulasi *subcultural capital*. Melalui pendekatan fenomenologi, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan *focus group discussion* dengan pengelola 'Kuliah Umum'. Penelitian ini menyoroti bagaimana identitas kampus yang diusung oleh 'Kuliah Umum' berperan dalam membangun solidaritas diantara pengujung. Pengetahuan tentang *club culture* dan skena seperti genre musik, gaya pakaian, dan dinamika pergaulan mahasiswa mendiferensiasikan 'Kuliah Umum' dari norma sosial sehari-hari maupun dunia *clubbing* yang dianggap liar dan kurang aman bagi mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan *subcultural capital*, meliputi pengetahuan, nilai, dan gaya hidup khas, 'Kuliah Umum' menciptakan ruang sosial yang diinginkan oleh mahasiswa. Penelitian ini juga mengeksplorasi tiga fungsi utama media sosial dalam 'Kuliah Umum', yakni *branding*, melakukan riset pasar, dan menciptakan efek *fear of missing out* (FOMO) yang berkontribusi dalam kesuksesan acara. Hal ini merefleksikan bagaimana pemuda dapat memanfaatkan media digital untuk menegosiasikan peran mereka dalam skena budaya *collective party*.

Kata kunci: *Subcultural capital*, subkultur, *collective party*, media sosial, skena

ABSTRACT

This study employs the concept of subcultural capital introduced by Sarah Thornton to describe how the youth organizers of the collective party 'Kuliah Umum' in Yogyakarta construct their authentic expression and serve as a symbol of resistance against daily social norms. This study also explores how the organizers utilise social media to propagate and accumulate subcultural capital. Using a phenomenological approach, data was collected through interviews, observations, and focus group discussions with the organizers of 'Kuliah Umum.' The study highlights how the campus identity adopted by 'Kuliah Umum' fosters solidarity among its attendees. Knowledge of club culture or the scene, such as music genres, fashion styles, and the social dynamics of student life, distinguishes 'Kuliah Umum' from both the everyday social norms and from the wild, unsafe, and less comfortable clubbing world often unsuitable for students. The findings indicate that by leveraging subcultural capital, encompassing unique know-hows, values, and lifestyles, 'Kuliah Umum' creates a social space an attractive leisure space for students. The study also examines three key functions of social media in 'Kuliah Umum': branding, conducting market research, and generating fear of missing out (FOMO), all of which contribute to the event's success. This reflects how youth can utilise digital media to negotiate their roles within the collective party subculture.

Keywords: subcultural capital, subculture, collective party, social media, scene