

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mendorong manusia untuk selalu bisa beradaptasi dengan perkembangan di era globalisasi ini. Di negara berkembang, pembangunan memicu berkembangnya berbagai perubahan pada sektor ekonomi, politik, pendidikan, dan kesehatan, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan. Hal ini pula memicu munculnya kelompok-kelompok, perkumpulan, dan komunitas-komunitas dengan berbagai macam bentuk dan orientasi.

Salah satu ciri masyarakat dan negara yang berkembang saat ini adalah adanya keterkaitan pada pembangunan. Pengertian pembangunan dibagi dalam tiga komponen dasar, sebagai basis konseptual dan pedoman praktis dalam memahami pembangunan yang paling hakiki yakni kecukupan yang memenuhi kebutuhan pokok, meningkatkan rasa harga diri atau jati diri serta kebebasan dalam memilih. Sementara pengertian pembangunan menurut Todara, M dan Smith (2006) adalah suatu proses multidimensional yang mencakup berbagai mendasar atas struktur sosial, sikap-sikap masyarakat, dan institusi-institusi nasional, dan tetap mengejar akselerasi pertumbuhan ekonomi, penanganan ketimpangan pendapatan, serta pengentasan kemiskinan.

Mobilitas sebagai salah satu indikator pembangunan di Indonesia sebagai negara berkembang cukup pesat. Data pusat statistik kendaraan bermotor di Indonesia tiap tahunnya terus meningkat. Pada tahun 2018 tercatat sebanyak 106,657,952 unit kendaraan, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, yakni 2017 sebanyak 100,200,245 (Badan pusat statistik, 2018).

Salah satu faktor dari peningkatan tersebut adalah mobilitas penduduk yang pesat dan kebutuhan akan alat transportasi untuk mendukung mobilitas menyebabkan banyak gerai produk sepeda motor yang menawarkan produknya dengan cicilan yang sangat rendah. Hal tersebut membuat banyak konsumen dari kalangan menengah kebawah berkesempatan memiliki sebuah sepeda motor.

Di Kota Ternate sekarang ini semakin banyak masyarakat yang menggunakan sepeda motor dalam aktifitas sehari-hari. Dari data terlihat pertumbuhan akan kepemilikan kendaraan roda dua sangat tinggi. Pada tahun 2018 saja jumlah kendaraan sepeda motor sudah mencapai 34.674 unit, dan pada tahun 2019 bertambah menjadi 41.745 unit. Hal ini sangat luar biasa karena dalam kurun 1 tahun saja kepemilikan kendaraan sepeda motor naik sebesar 7.071% dalam 1 tahun dengan tingkat pertumbuhan rata-rata 15.98% pada tahun 2010-2020. (Badan Pusat Statistik Maluku Utara, 2020)

Sekarang ini mengendarai sepeda motor terutama pada masyarakat perkotaan bukan hanya dipilih atas dorongan keinginan memiliki atau kegunaannya untuk mempercepat waktu tempuh sebuah perjalanan. Sepeda motor bagi masyarakat perkotaan telah menjelma menjadi semacam identitas yang dianggap mewakili para penggunanya melalui berbagai model dan bentuk. Dari sinilah muncul dan berkembangnya berbagai macam komunitas dengan karakteristik atau ciri khas yang berbeda-beda.

Gaya hidup serta tingginya atensi masyarakat di Kota Ternate terhadap motor mempengaruhi kemunculan berbagai merek sepeda motor yang diperdagangkan. Setiap merek kemudian mempunyai komunitas penggunanya masing-masing. Setiap komunitas sepeda motor mempunyai bermacam hal menarik seperti atribut-atribut yang digunakan pada sepeda motor ataupun dalam pemakaian seragam

anggota komunitas tersebut. Hal ini menarik hasrat pengendara sepeda motor yang lain dengan merek yang sama untuk ikut bergabung. Komunitas ini kemudian menjadi tempat ataupun wadah bagi para pecinta sepeda motor sebab mereka bisa juga menuangkan ide-ide serta kreatifitas dalam ranah lain.

Pada posisinya sebagai suatu komunitas maka kelompok pencinta sepeda motor ini tidak lagi hanya pengguna perlengkapan transportasi, tetapi sepeda motor sebagai sebuah produk kebudayaan telah menjadi gaya hidup. Mereka akan membawa nama komunitas dalam dirinya. Para *bikers* (istilah yang populer bagi pengendara motor dalam sebuah komunitas) kemanapun mereka pergi maka mereka akan membawa serta identitas klub ataupun komunitasnya sebagai identitas yang tidak dapat dipisahkan dari dirinya, hal ini yang menjadikan sebuah komunitas sangat menarik minat para pengguna sepeda motor dengan merek yang sama. Klub ataupun komunitas sepeda motor telah menyatu dengan dirinya dan hal itu yang menjadikan komunitas ataupun klub motor adalah keluarga kedua bagi para *bikers*.

Komunitas sepeda motor sering dilihat terutama oleh masyarakat memiliki sisi negatif. Seperti yang sering diberitakan di berbagai media cetak dan elektronik bahwa komunitas sepeda motor selalu menimbulkan kerusuhan dan keresahan di masyarakat. Itulah sebabnya komunitas sepeda motor sering disebut “geng motor” oleh bagian masyarakat yang masih awan terhadap komunitas mereka. Sementara itu, dalam komunitas sepeda motor terdapat struktur yang jelas dan peraturan yang mengharuskan anggotanya untuk selalu tertib berlalu lintas dan tidak ugal-ugalan sebagaimana geng-geng motor yang selalu arogan dalam berkendara di jalan raya.

Sebuah komunitas sepeda motor yang telah dibentuk akan melakukan berbagai upaya untuk menunjukkan eksistensinya di kalangan komunitas sepeda motor lainnya. Salah satu upaya menunjukkan eksistensi komunitas sepeda motor

adalah dengan berinteraksi sesama anggota komunitasnya maupun komunitas sepeda motor lain. Di kalangan *bikers* kota Ternate, hasil dari proses interaksi ini adalah adanya saling mengenal sesama komunitas sepeda motor yang ada di Ternate. Saling mengenal dalam komunitas sepeda motor ini kemudian memunculkan suatu jaringan sosial antar komunitas sepeda motor.

Di sisi lain, terkadang terdapat sikap arogan yang muncul dalam komunitas sepeda motor yang kemudian membawa dampak buruk kepada komunitas motor lainnya. Perilaku negatif mereka menyebabkan masyarakat menjadi takut dengan keberadaan komunitas motor yang ada. Sikap negatif inilah yang kemudian menjadikan komunitas sepeda motor sering dijuluki geng motor. Masyarakat akhirnya menyamakan komunitas motor secara keseluruhan dengan sebutan geng motor. Padahal dalam komunitas sepeda motor sendiri terdapat pembagian-pembagian kategori yang lebih spesifik, misalnya *club*, *community*, dan *independent bikers*.

Realitas tentang fenomena komunitas sepeda motor dengan segala persepsi dan citra negatif tentang mereka menarik saya untuk mengetahui secara mendalam tentang bagaimana sebenarnya 'dunia' komunitas sepeda motor di Kota Ternate. Melalui penelitian ini diharapkan akan ada wawasan baru tentang persepsi para *bikers* dan peran-peran mereka sebagai sebuah komunitas dalam sistem sosial budaya masyarakat Ternate.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana gaya hidup komunitas sepeda motor di Kota Ternate khususnya komunitas Ternate Tiger Club?

2. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap komunitas sepeda motor tersebut?
3. Bagaimana komunitas sepeda motor merespons pandangan masyarakat tentang komunitas mereka?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang ada maka Penelitian ini bertujuan sebagai berikut

1. Mendeskripsikan gaya hidup komunitas motor di Kota Ternate
2. Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap komunitas sepeda motor di Ternate.
3. Untuk mengetahui respons anggota komunitas sepeda motor terhadap pandangan masyarakat tentang komunitas mereka.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat dalam bentuk praktis dan teoritis.

1. Manfaat Praktis

Menyediakan data tentang bagaimana komunitas mengkonstruksi sebuah gaya hidup di Kota kecil dan membangun hubungan sosial dalam masyarakat. Penelitian ini juga diharapkan dapat mengubah paradigma masyarakat tentang Komunitas motor di Ternate.

2. Manfaat Teoritis

Memperkaya dan memperbanyak kajian antropologi yang fokus pada identitas, dan gaya hidup. Kajian ini melihat bagaimana peneliti mengungkapkan pola kebudayaan yang terjadi di dalam sebuah komunitas motor baik itu dalam bentuk interaksi sosial dan norma-norma sosial

1.5. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian-penelitian yang sama dengan topik yang di angkat oleh penulis tentu sudah pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Penulis melakukan penelusuran pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian-penelitian sebelumnya yang berhasil penulis dapatkan sebagai berikut.

Penelitian yang dilakukan Firmansyah (2014) dengan judul Gaya Hidup Komunitas Motor Jupiter Di Surabaya, Efisiensi dan mobilitas menjadi pertimbangan utama seseorang memilih sepeda motor. Sepeda motor menjadi citra dari pemiliknya, menjadi sebuah hobi bagi pemiliknya dan dari sinilah masyarakat dalam hal ini pemilik atau pengguna sepeda motor mulai mencari wadah atau tempat untuk menyalurkan hobinya yang kemudian membentuk kelompok-kelompok pecinta sepeda motor atau yang lebih akrab kita kenal dengan komunitas motor atau klub motor. Peneliti mengambil komunitas motor jupiter di Surabaya (IJS) yang biasa berkumpul di jalan Basuki Rahmat setiap malam minggu. Peneliti menggunakan teori habitus dari Pierre Bourdieu, serta metode kualitatif dengan pendekatan struktural genetis dari Bourdieu untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan memperhitungkan asal-usul seseorang dan asal-usul berbagaistruktur sosial dalam komunitas motor jupiter di Surabaya (IJS).Terdapat dua macam gaya hidup yakni gaya hidup aktif/militan yang terdiri dari gaya hidup touring, modifikasi motor, jaringan sosial serta miras dan ganja. Sedangkan untuk gaya hidup tidak aktif/non-militan adalah gaya hidup ikut-ikutan.

Penelitian yang dilakukan Tambunan (2019) dengan judul Komunitas Sepeda motor Klasik Pada Masyarakat modern (Studi Tentang Peran Modal Sosial Pada Kolektor Sepeda Motor Klasik Jepang), Sepeda motor klasik merupakan salah satu jenis sepeda motor yang pernah diproduksi di tahun-tahun lalu. Saat ini, sepeda

motor klasik menjadi salah satu tren otomotif kendaraan roda dua yang cukup banyak diminati oleh masyarakat, diantaranya merupakan kolektor. Sepeda motor klasik terbagi kedalam beberapa jenis, berdasarkan tahun perakitan, asal pembuatan, kapasitas mesin, bentuk fisik dan beberapa aspek lainnya sebagai pembeda antara sepeda motor klasik tipe satu dengan yang lainnya. Saat ini, terdapat banyak komunitas sepeda motor klasik yang terbentuk di setiap kota di Indonesia baik komunitas di dunia nyata maupun grup komunitas media sosial, komunitas berdasarkan tipe atau varian sepeda motor klasik, hingga komunitas dengan motor klasik universal (semua varian sepeda motor klasik bebas ikut komunitas tersebut) Komunitas merupakan sebuah bentuk modal sosial. Hasil yang didapat dalam penelitian ini nantinya menggambarkan bentuk dan peran modal sosial (meliputi proses pembentukannya).

Penelitian yang dilakukan Pratiwi (2015) Perilaku Konsumtif Dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) Chapter Malang) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota komunitas motor BKRC Chapter Malang yang menunjukkan suatu gaya hidup. Penelitian ini menggunakan salah satu teori postmodern, yaitu teori masyarakat konsumsi Jean Paul Baudrillard untuk menganalisis perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota komunitas motor BKRC Chapter Malang yang menunjukkan suatu gaya hidup.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bergesernya dari nilai guna ke nilai tanda menghasilkan suatu simulasi. Nilai guna dalam penelitian ini meliputi fungsi dari komoditas-komoditas yang digunakan oleh informan dalam menunjang hobi. Nilai tanda merupakan penanda yang melekat pada suatu komoditas yang digunakan oleh informan. Simulasi merupakan percobaan pergeseran makna dari

nilai guna ke nilai tanda yang menghasilkan simulakra yang berisikan realitas semu. Sehingga kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan oleh informan dalam menunjang hobi sebagai riders dari motor keluaran Kawasaki tidak terlepas dari kegiatan konsumsi.

Penelitian yang dilakukan Rifaldi (2017) dengan judul Komunitas Motor Supermoto Owner Group (Smog) Siak, Dalam hal ini kelompok sosial harus memiliki peran modal untuk mempertahankan dan mengembangkan kelompok sosial tersebut, di mana peran modal tersebut haruslah dimiliki setiap anggota dari kelompok sosial tersebut, dalam hal ini kelompok sosial itu ialah komunitas motor.

Di mana peran tersebut akan dibahas berdasarkan modal ekonomi, modal sosial, modal simbolik, dan modal budaya, kemudian akan membahas bagaimana strategi mengembangkan komunitas motor tersebut serta membahas persepsi masyarakat sekitar mengenai komunitas motor terutama komunitas motor Supermoto Owner Group (SMOG) Siak. Kemudian komunitas motor Supermoto Owner Group (SMOG) Siak ini juga telah menunjukkan peranan modal-modal, di mana modal ekonomi, sosial, simbolik dan budaya yang telah dimiliki disetiap anggota ataupun komunitas itu sendiri.

Penelitian nurhayati.dkk (2016) dengan judul Sustainable Life Style Masyarakat perkotaan (Studi Tentang Gaya Hidup Berkelanjutan Masyarakat perkotaan di Riau) Penelitian ini didasarkan pada penelitian kualitatif yang dilakukan di beberapa Kota di Provinsi Riau. Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 bentuk gaya hidup berkelanjutan masyarakat perkotaan di Riau yaitu: gaya hidup berkelanjutan yang sudah ada secara turun-temurun, gaya hidup yang berubah seiring dengan anjuran pemerintah, dan gaya hidup yang merupakan hasil perubahan personal yang berupa dorongan diri sendiri akibat menyimak fenomena lingkungan yang

terjadi. Gaya hidup yang demikian pada dasarnya merupakan sintesis dari pemahaman budaya dan keterpaan informasi.

Penelitian yang dilakukan Qomaroh (2014) dengan judul Representasi Perilaku Sosial Komunitas Motor Cb Surabaya, Perilaku sosial merupakan perilaku saling ketergantungan yang merupakan keharusan untuk menjamin keberadaan manusia. Sebagai bukti bahwa manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup sebagai diri pribadi tidak dapat melakukannya sendiri melainkan memerlukan bantuan dari orang lain. Komunitas motor CB merupakan obyek yang akan dibahas dalam penelitian ini. Sehingga penelitian yang berjudul "Representasi Perilaku Sosial pada Komunitas Motor CB Surabaya" bertujuan untuk mengetahui berbagai perilaku dan interaksi simbolik yang ada pada komunitas tersebut. Terdapat beberapa perilaku sosial yang ada pada komunitas tersebut seperti gaya hidup, resistensi, interaksi sosial mereka terhadap masyarakat maupun perilaku menyimpang yang dilakukan oleh komunitas motor CB tersebut.

Penelitian yang dilakukan Saban (2015) dengan judul Identitas Kelompok Pengguna Motor Yamaha Rx King Di Kota Manado, Keberadaan komunitas sepeda motor Yamaha RX King tak terlepas dari adanya sekelompok orang yang hobi dengan sepeda motor dan menjadi anggotanya. Banyak kegiatan positif yang dilakukan oleh komunitas sepeda motor yang ada di Manado serta memiliki rasa persaudaraan yang sangat tinggi dengan para pecinta sepeda motor dan pengendara sepeda motor baik komunitas dan perorangan serta bersahabat dengan aparat penegak hukum di jalan, lengkap dengan peraturan Undang-undang berlalu lintas dan secara umum dikenal oleh masyarakat secara umum Klub.

Etika berkendara pada suatu masyarakat mencerminkan seberapa tinggi tingkat peradaban masyarakatnya dalam berbudaya. Apakah akan menjadi

komunitas masyarakat yang arogan, teledor, atau menjunjung tinggi toleransi. Semua hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana ketertiban di jalan dapat diwujudkan. Hal tersebut karena jalan merupakan tempat bertemunya berbagai macam tipe orang. sehingga harmonisasi antar masyarakat yang berbeda dapat diusahakan untuk menciptakan keteraturan.

Penelitian yang dilakukan Setyawan (2016) dengan judul Solidaritas Sosial Anggota Komunitas Motor Honda Classic Magelang (Hcm) "Cub Series", Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola solidaritas dalam komunitas Honda Classic Magelang (HCM) "Cub Series" termasuk dalam kategori solidaritas mekanis dan organik. Sebab dalam komunitas tersebut pola solidaritas dapat berubah sesuai dengan kondisi yang berjalan pada waktu itu. Pada saat kegiatan berjalan sesuai dengan kebiasaan maka solidaritas bersifat mekanis. Solidaritas organik muncul ketika kegiatan khusus dilakukan dan pembagian kerja berfungsi secara mutlak. Solidaritas internal dalam komunitas Honda Classic Magelang (HCM) "Cub Series" terwujud melalui rasa persaudaraan yang kuat, saling membantu, dan rasa senasib sepenanggungan. Solidaritas eksternal komunitas Honda Classic Magelang (HCM) "Cub Series" dengan komunitas honda klasik lain diwujudkan dengan model kerjasama baik sebagai anggota komunitas maupun sebagai individu pecinta honda klasik.

Penelitian yang dilakukan Sholichah (2018) dengan judul Komunikasi Kelompok Motor Cbr Sidoarjo Club Dalam Pembentukan Citra, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Rolling Silaturahmi merupakan bentuk pencitraan terhadap masyarakat yang dilakuka oleh kelompok motor CBR Sidoarjo Club. Dengan Rolling Silaturahmi ini guna menunjukkan kepada keluarga anggota juga kepada masyarakat sekitar bahwa kelompok Motor CBR melakukan hal-hal yang bersifat positif dan tidak

merugikan masyarakat. Bertitik tolak dari penelitian ini, rekomendasi yang diperkirakan dapat menjadi bahan pertimbangan adalah (1) agar tetap mempertahankan perilaku-perilaku positif kepada masyarakat. (2) agar tetap menjalin keakraban kepada masyarakat agar masyarakat tahu kelompok motor CBR Sidoarjo Club benar-benar kelompok yang baik dan tidak merugikan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan Ismail (2014) dengan judul Komunitas Vespa Di Kota Makassar (Studi Tentang Gaya Hidup), Gaya hidup komunitas vespa lebih berorientasi pada kebebasan. Ekspresi gaya hidup komunitas vespa ditampilkan melalui penampilan para Scooterist, seperti cara berpakaian, model rambut, gaya berbicara, dan kebiasaan yang tampak dari para Scooterist serta model vespa yang mereka tunggangi. Pandangan Negatif masyarakat terhadap Komunitas Vespa di anggap sangat wajar karna masyarakat belum tahu dan mengenal persis apa, bagaimana dan mengapa anak anak Komunitas Vespa memaknai arti seni, memaknai arti kebebasan berekspresi yang sesungguhnya. Kebebasan berekspresi anak Vespa kerap di anggap berlebihan sehingga masyarakat memandang perilaku mereka menyimpang, padahal sebenarnya masyarakat belum tahu bagaimana cara anak Vespa menuangkan ekspresinya. bahwa anak Vespa hanya ingin sedikit dihargai dan diterima di tengah-tengah masyarakat umum. Karena sangat tidak adil jika memandang orang sebelah mata hanya karna gaya hidup mereka. Mereka memiliki cara tersendiri mengartikan kehidupan, sama halnya seperti masyarakat pada umumnya.

Penelitian yang dilakukan Ningsih (2014) dengan judul Komunitas Motor Gede'Tiger Community Samarinda' (Tcs) Di Kota Samarinda, Penelitian ini memaparkan tentang proses pembentukan dan isi dari sebuah komunitas. Penelitian ini lebih condong ke arah pendekatan Cultural Studies (bukan The Study Of Culture).

Berkembangnya komunitas motor gede ini adalah hasil dari trend budaya global. Dari hasil penelitian komunitas motor gede, komunitas ini terbentuk karena adanya interaksi dan keinginan dari individu didalamnya serta kesamaan hobi yang dimiliki. Dalam mendeskripsikan pembentukan Komunitas motor ini digunakan pemahaman mengenai Sosiasi (Sociation) dan Untuk menunjukkan keberadaan Komunitas motor ini, digunakan pemahaman mengenai Distingsi (Distinction) yaitu menunjukkan keberadaan mereka dengan Atribut-atribut pembeda yang mereka miliki dari komunitas-komunitas lain.

Penelitian yang dilakukan Ramadhan (2019) dengan judul Konsep Diri Anggota Komunitas Motor Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Pada Komunitas Verza Rider Community Indonesia (Vrci) Region Bandung), abstrak penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep diri anggota Verza Rider Community Indonesia (VRCI) Regional Bandung lewat aspek pengetahuan, harapan dan penilaian para anggotanya terhadap dirinya sendiri. Diri sendiri dibangun lewat interaksi simbolik, di mana interaksi simbolik memiliki tiga poin utama yaitu pikiran, diri dan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif fenomenologi, peneliti mengambil tiga orang anggota VRCI menjadi informan. Penelitian ini dilakukan pada September 2015 sampai Maret 2019. Karakteristik yang peneliti pilih adalah informan yang aktif melakukan kegiatan berkumpul rutin komunitas atau disebut kopi darat (kopdar), pengumpulan informasi data penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi guna data yang diperoleh relevan. Hasil penelitian menunjukkan konsep diri yang dapat dijelaskan lewat tiga aspek didalamnya, di mana ketiga informan dapat memandang dirinya sendiri secara pribadi dan keanggotaannya dalam komunitas motor.

Penelitian yang dilakukan Rahman (2021) dengan judul Dinamika Sosial Komunitas Motor Vixion YVCI di Kota Sungai Penuh (Studi Fenomenologi: Komunitas di Jalan Muradi Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Kabupaten Kerinci), Artikel ini bertujuan untuk ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana interaksi dalam sebuah komunitas dan bagaimana simbol yang dimiliki bisa menjadi sebuah hubungan sosial yang melahirkan kegiatan-kegiatan yang terus terjadi dan berulang pada komunitas Motor YVC-I Q (Yamaha Vixion Club Indonesia Chapter Kerinci). Permasalahan dianalisis dengan teori fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz.

Pokok teori ini pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, ini adalah suatu bagian di mana kesadaran bertindak (act) atas data inderawi yang masih mentah, untuk menciptakan sebuah makna. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan tipe studi deskriptif. Teknik pemilihan informan dengan teknik purposive sampling. Jumlah informan secara keseluruhan adalah 15 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi, serta dianalisis dengan teknik analisis Bogdan dan Biklen. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa interaksi sosial komunitas Vixion YVCI Q (1) Kontak Sosial, (2) Komunikasi, Sedangkan mengenai simbol yang mereka miliki (1) Simbol Verbal, dan (2) Simbol Non Verbal.

Penelitian yang dilakukan Nurhijrah (2019) dengan judul Kehadiran Subkultur Klub Motor di Ruang Publik Kota Bandung, Kehadiran subkultur dalam kehidupan masyarakat perkotaan merupakan hasil dari heterogenitas kebudayaan dalam suatu Kota. Salah satu subkultur yang terdapat di Kota Bandung ialah klub motor yang dapat ditemui hampir disetiap sudut Kota Bandung termasuk di ruang publik. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi fenomena subkultur klub motor dan

proses okupansi ruang terbuka publik yang dilakukan oleh subkultur tersebut di Kota Bandung. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara anggota subkultur klub motor yang menjadi subjek penelitian dan kemudian dianalisis dengan cara deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa motif utama penggunaan ruang terbuka publik di bawah fly over tersebut karena adanya keinginan eksistensi diri namun tidak dapat diwadahi pada ruang terbuka publik Kota yang sudah ada. Pengokupasian ruang yang dilakukan oleh klub motor memberikan makna baru pada ruang yang awalnya tidak memiliki fungsi dalam tata ruang Kota, namun secara tidak langsung juga melakukan legitimasi kekuasaan terhadap ruang. Dari fenomena tersebut, para arsitek dan perencana Kota seharusnya mempertimbangkan kehadiran subkultur tersebut sebagian bagian masyarakat Kota Bandung dan mempunyai hak yang sama dalam akses penggunaan ruang terbuka publik Kota.

Penelitian yang dilakukan Maula.dkk (2020) dengan judul Budaya Komunitas Motor (Studi Etnografi Pada Depok Tiger Club), Komunitas otomotif seperti komunitas motor di Indonesia sekarang ini sudah banyak, namun terkadang komunitas motor memiliki identitas budaya buruk dari masyarakat. Sebenarnya jika budaya tersebut dibentuk dengan interaksi, norma dan aturan yang baik akan menciptakan identitas yang positif dimata masyarakat, seperti komunitas motor Depok Tiger Club atau DeTiC. Depok Tiger Club ini sekumpulan orang yang memiliki hobi dalam berkendara roda dua yang kebetulan pada Honda Tiger, berdiri sejak tahun 2004, mereka merupakan salah satu komunitas motor yang dikenal dengan safety riding dan jauh dari alkohol dan narkoba. Identitas baik yang dimiliki Depok Tiger Club ini pasti tidak terlepas dari peranan budaya yang mereka miliki, karena melalui budaya tersebutlah suatu kelompok dapat membedakan dirinya dengan

masyarakat umum. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui budaya: interaksi sosial, norma-norma sosial dan ritual yang ada pada Depok Tiger Club.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Etnografi. Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dan observasi dengan enam orang pengurus dan anggota Depok Tiger Club dan satu orang dari masyarakat umum. Hasil dari penelitian ini adalah Depok Tiger Club memiliki budaya yang mengandung simbol-simbol khas dalam interaksi sosial, norma-norma sosial dan ritual. Dalam interaksi sosial terdapat simbol bahasa dan atribut yang sangat mereka patuhi, seperti seragam dan stiker, norma-norma sosial yang ada pada Depok Tiger Club direpresentasikan melalui anggaran dasar, rumah tangga dan peraturan organisasi yang harus dipatuhi bersama, kemudian dalam ritual terdapat beberapa kegiatan yang selalu dilakukan rutin.

Dari semua studi penelitian sebelumnya yang dijadikan rujukan pustaka maka ditemukan sejumlah penelitian yang telah mengkaji gaya hidup komunitas motor, namun dalam penelitian terdahulu tersebut hanya memfokuskan mengenai budaya konsumtif yang melatar belakangi sebuah gaya hidup. Perbedaan yang cukup terlihat dalam penulisan ini, peneliti lebih memfokuskan mengenai realitas tentang gaya hidup dan fenomena komunitas sepeda motor dengan segala persepsi dan citra negatif terhadap komunitas motor. Perbedaan lain dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini terdapat pada lokasi penelitian yang di ambil dan pembahasan mengenai citra diri dan citra publik melalui pemahaman masyarakat dan komunitas itu sendiri. Hal ini pula menjadikan penulis mengangkat judul proposal Gaya hidup komunitas sepeda motor di Ternate.

1.6. KERANGKA KONSEPTUAL DAN TEORI

Penelitian ini saya menggunakan konsep dan teori gaya hidup dari Chaney. Saya memilih konsep dan teori gaya hidup dari Chaney karena dalam penelitian yang saya ambil mengkaji mengenai gaya hidup komunitas sepeda motor di Kota Ternate. Teori gaya hidup David Chaney mengkaji persoalan gaya hidup secara lebih komprehensif dan didasarkan dari berbagai perspektif.

Menurutnya Gaya Hidup haruslah dilihat sebagai suatu usaha individu dalam membentuk identitas diri dan dalam interaksi sosial. Dalam bukunya "*Life Style*" Chaney (1996:92) mengatakan bahwa: "Gaya hidup selanjutnya merupakan cara-cara terpola dalam menginvestasikan aspek-aspek tertentu kehidupan sehari-hari dengan nilai sosial atau simbolik; tapi ini juga berarti bahwa gaya hidup adalah cara bermain dengan identitas (Chaney, 1996:2)..". Atau dengan kata lain : "Gaya hidup adalah suatu cara terpola dalam pergaulan, pemahaman, atau penghargaan artefak-artefak budaya material untuk mengasosiasikan permainan kriteria status dalam konteks yang tidak diketahui namanya".

Adapun pendapat yang peneliti sendiri yakini bahwa pada kesempatan lain, Chaney juga berasumsi bahwa gaya hidup merupakan ciri dari sebuah masyarakat modern, atau biasa juga disebut modernitas. Dalam arti disini, adalah siapapun yang hidup dalam masyarakat modern yang akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain (Chaney, 1996:40)

Gaya hidup merupakan kerangka acuan yang digunakan seseorang dalam berperilaku, dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu. Terutama bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain, sehingga gaya hidupnya erat kaitannya dengan bagaimana ia membentuk citra di mata orang lain, dan berkaitan dengan status sosial yang disandanginya. Untuk mencerminkan citra ini, diperlukan simbol

status tertentu, yang memainkan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Gaya hidup tergantung pada cara seseorang memilih dan mempraktikkan nilai pengetahuan objek yang diwujudkan melalui proses konsumsi. Praktik budaya yang disadari oleh seseorang, terutama dalam hal konsumsi, merupakan proses pembentukan tatanan kepribadian seseorang dari posisi seseorang dalam struktur sosial.

Gaya hidup saat ini tidak terlepas dari konsep identitas sosial. Dalam hal ini, secara kasar dapat dibagi menjadi dua tahap. Pada tahap pertama, penyampaian dan penggunaan pilihan (choice). Dalam hal ini, keunikan sikap dan selera anggota kelompok sosial baru. Ini bisa dianggap sebagai hal yang penting. Dalam wacana publik kontemporer, seperti artikel surat kabar, khotbah, puisi, dan kode moral intelektual, hal tersebut tercermin dalam sikap moral yang mengutamakan nilai. Dengan kata lain, jika dia menegakkan prinsip-prinsip moral di masyarakat, dia akan dianggap sebagai orang yang baik. Tahap kedua adalah tahap budaya. Pada tahap ini, gaya hidup yang berpusat pada kehidupan merupakan bagian dari aktivitas atau konsumsi waktu luang. Seseorang dalam suatu kelompok masyarakat dianggap sebagai orang yang bercita rasa tinggi apabila dapat menggunakan waktu luangnya dengan nyaman. Kenyamanan di sini dapat didefinisikan sebagai ruang konsumsi yang mungkin agak material. Mereka dianggap orang yang keren ketika bisa menghabiskan jutaan rupiah di waktu senggangnya untuk berlibur ke luar Kota atau ke luar negeri. Ketika gaya hidup dinyatakan dalam rasa dan nilai material, pada akhirnya akan dikaitkan dengan karakteristik struktural sosial lainnya. Bentuk-bentuk Gaya Hidup menurut Chaney (dalam Idi Subandy, 1997) ada beberapa bentuk gaya hidup, antara lain:

1. Industri Gaya Hidup

Dalam gaya hidup, penampilan diri itu justru mengalami estetisasi, “estetisasi kehidupan sehari-hari” dan bahkan tubuh/diri (*body/self*) pun justru mengalami estetisasi tubuh. Tubuh/diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. “Kamu bergaya maka kamu ada” adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kegandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

2. Iklan Gaya Hidup

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan (korporasi), para politisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (*image culture*) dan budaya cita rasa (*taste culture*) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus (*subtle*) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kita buat.

3. *Public Relations* dan Journalisme Gaya Hidup

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti (*celebrity based-culture*), para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran “aksesori fashion”. Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-Generation, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti (*celebrity-inspired identity*)-cara mereka berselancar di dunia maya (Internet), cara mereka gonta-ganti

busana untuk jalan-jalan. Ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

4. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami betul setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

5. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian Kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup dari suatu penampilan, melalui media iklan, modeling dari artis yang diidolakan, gaya hidup yang hanya mengejar kenikmatan semata sampai dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaran dan tanggung jawab dalam pola perilakunya. Dalam hal tersebut dapat dikatakan bahwa gaya hidup mengandung pengertian sebagai cara hidup yang mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan respon terhadap hidup, serta perlengkapan hidup (Chaney, 1996:41). Selain itu Chaney sendiri berusaha

memperhatikan bahwa proses pembentukan identitas diri itu akan melahirkan gejala yang muncul dalam bentuk posisi sosial seseorang yang lebih kompleks dan pemaknaan individu terhadap barang yang dimilikinya.

Konsep serta teori gaya hidup dari Chaney di atas akan saya gunakan dalam penelitian tentang Gaya hidup komunitas motor di Kota Ternate. Alasan saya menggunakan teori ini berdasarkan asumsi bahwa sepeda motor di kalangan masyarakat Ternate tidak hanya berfungsi sebagai alat transportasi, namun memiliki dampak pada terbentuknya sebuah gaya hidup tertentu.

1.7. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi. Spradley menjelaskan bahwa dalam penelitian etnografi terjadi sebuah proses, di mana suatu kebudayaan mempelajari kebudayaan lain, untuk membangun suatu pengertian yang sistemik mengenai kebudayaan dari perspektif orang yang telah mempelajari kebudayaan tersebut. Etnografi menekankan pentingnya peran sentral budaya dalam memahami cara hidup kelompok yang diteliti (Spradley, 2007).

1.7.1. Lokasi penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Ternate pada komunitas sepeda motor yakni komunitas sepeda motor Ternate Tiger Club (TTC) Adapun alasan pemilihan komunitas tersebut dikarenakan aktif dan telah eksis selama lebih dari 15 tahun.

1.7.2. Penentuan informan

Informan penelitian ini adalah anggota komunitas sepeda motor dan masyarakat di Kota Ternate. Informasi yang akan dikumpulkan dari informan komunitas sepeda motor antara lain sejarah pembentukannya, organisasinya, kegiatan-kegiatannya dan persepsi mereka tentang komunitas sepeda motor.

Sedangkan informan dari masyarakat akan ditanyakan perihal persepsi mereka tentang komunitas sepeda motor di Kota Ternate.

1.7.3. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data akan dilakukan dengan tiga teknik sebagai berikut.

a. Pengamatan

Pengamatan diharapkan dapat mengetahui bagaimana atmosfer atau suasana gaya hidup dalam komunitas yang diteliti. Dengan ikut mengalami gaya hidup yang mereka miliki, dapat membantu peneliti memahami apa yang mereka lakukan, mengapa melakukannya, dan apakah yang dilakukan bermakna bagi dirinya.

b. Wawancara

Peneliti menggunakan pedoman wawancara dalam proses wawancara. Penggunaan pedoman wawancara diperuntukkan sebagai kontrol agar tidak terjadi penyimpangan masalah yang akan diteliti. Data hasil wawancara yang terkumpul diharapkan dapat menjelaskan secara jelas perjalanan historis serta nilai budaya yang dianut komunitas TTC Melalui wawancara mendalam juga diharapkan dapat menggambarkan pemaknaan dan harga diri menjadikan sesuatu yang dikonsumsi menjadi semakin penting dalam pengalaman personal dan kehidupan sosial masyarakat. Hal tersebut juga menandakan bahwa dengan adanya masyarakat modern dapat membentuk suatu gaya hidup dalam suatu masyarakat. Gaya hidup sangat berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh mereka yang tidak hidup dalam masyarakat modern.

c. Studi pustaka

Penelitian ini menggunakan Studi pustaka dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis,

foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan ini.

1.7.4. Teknik analisis data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data Flow Model Miles and Huberman. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2014:91) aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya jenuh. Adapun aktivitas dalam analisis data ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data

Banyaknya data yang diperoleh di lapangan maka perlu adanya reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya, dan membuang yang tidak diperlukan. Peneliti melakukan reduksi data dengan cara membaca ulang semua hasil penelitian, menandai jawaban yang sesuai dengan fokus penelitian dan membuat catatan pribadi hasil penelitian. Dokumentasi yang telah dilakukan penulis juga direduksi. Penulis memilah-milah data ataupun foto yang sesuai dengan fokus penelitian.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif berbentuk uraian singkat atau teks yang bersifat naratif, bagan, hubungan antara kategori, dan sejenisnya. Berdasarkan hasil reduksi data, kemudian penulis menyajikannya dalam bentuk hasil penelitian. Penyajian data juga dilengkapi dengan kutipan langsung yang didapat ketika penelitian (wawancara). Kutipan langsung berfungsi untuk mendukung hasil

penelitian yang disajikan. Dokumentasi juga ikut disertakan dalam penyajian data. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi yang lebih mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan langkah akhir dalam pembuatan suatu laporan. Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk mencari atau memahami makna, keteraturan pola-pola penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Kesimpulan yang ditarik segera diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan pemahaman yang lebih tepat, dilakukan dengan mendiskusikannya. Hal tersebut dilakukan agar data yang diperoleh dan penafsiran terhadap data tersebut memiliki validitas sehingga kesimpulan yang ditarik menjadi kokoh.