**GAYA HIDUP ANGGOTA KOMUNITAS MOTOR KLASIK DI YOGYAKARTA**

***THE LIFESTYLE IN THE CLASSIC MOTORBIKE COMMUNITY IN YOGYAKARTA.***

**Adi Asriyanto**

Fakultas Psikologi

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

 adyasrianto135@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup pada komunitas motor klasik di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi deskriptif. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari 3 orang yang tegabung dalam komunitas motor klasik di Yogyakarta dan 3 orang tersdekat partisipan sebagai *significan other*s. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi sebagai pendukung data. Hasip penelitian menunjukan bahwa dalam komunitas adanya gaya hidup setiap individu sangatlah mempengaruhi dalam dirinya. Adanya persaingan dan rasa kepuasan diri dari hasil yang dilakukan membuat individuan merasa percaya diri, adanya peluang bisnis yang membuat kemajuan usaha dan nama baik setiap individu yang terlibat dalam ketertarikan dunia otomotif.

**Kata kunci :** gaya hidup dalam komunitas motor klasik di Yogyakatra

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the lifestyle in the classic motorbike community in Yogyakarta. This study used a qualitative method using a descriptive study approach. Subjects in this study consisted of 3 people who are members of the classic motorbike community in Yogyakarta and the 3 closest participants as significant others. Data collection methods used in this study were interviews and observations to support the data. The results of research show that in the community, the lifestyle of each individual greatly affects him. The existence of competition and a sense of self-satisfaction from the results carried out make individuals feel confident, there are business opportunities that make business progress and the good name of every individual involved in the interest of the automotive world.*

***Keywords***: *lifestyle in the classic motorcycle community in* Yogyakatra

**PENDAHULUAN**

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri dan selalu ingin berinteraksi dengan manusia lain. Hampir setiap saat manusia saling berinteraksi, baik antarindividu, individu dengan kelompok, atau antarkelompok (Maryati & Suryawati, 2007). Menurut Al- Ghazali (2000), interaksi antar manusia bermanfaat agar terjadinya proses saling belajar, saling memberi dan mengambil manfaat, dan saling bertukar pengalaman. Syarbini dan Jamhari (2013) menambahkan bahwa manusia harus menjaga keharmonisan dalam interaksi sosial sehari- hari untuk menciptakan kehidupan bersama yang harmonis.

Dorongan sosial adalah sesuatu yang di bawa sejak lahir, meskipun hubungan antara individu yang lebih khusus ditentukan oleh pengalaman bergaul dengan masyarakat. Menurut Adler (Alwison, 2004), ego yang ada pada diri subjek aktif mencari dan menciptakan pengalaman baru untuk membantu penemuan gaya hidup pribadi yang unik. Setiap individu membutuhkan suatu dukungan untuk menjalani kehidupannya sehari-hari. Dukungan tersebut dapat berasal dari keluarga, teman, dan pasangan.

Menurut Purba (2005) dalam kehidupan bersamanya, manusia memerlukan adanya suatu jaringan interaksi sosial antar sesama untuk menjamin ketertiban sosial yang disebut sebagai kelompok sosial. Soekanto (2006) berpendapat bahwa kelompok sosial merupakan himpunan atau kesatuan manusia yang hidup bersama, karena adanya hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi dan juga suatu kesadaran untuk saling menolong. Kemudian Soekanto (2014) menambahkan bahwa hubungan antar anggotanya berlangsung secara akrab, kekeluargaan, saling mengenal dan saling menolong.

Kelompok sosial yang berbagi lingkungan yang sama secara geografis dan umumnya memiliki ketertarikan yang sama disebut sebagai komunitas (Andriyani dkk., 2018). Setiadi, Hakam dan Effendi (2017) berpendapat komunitas merupakan sekumpulan individu yang mendiami lingkungan tertentu serta terkait dengan kepentingan atau minat yang sama. Di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya dan Semarang, banyak ditemukan berbagai macam komunitas dari sebuah kepentingan atau minat yang sama, seperti komunitas seniman, komunitas pekerja, komunitas pendidikan, komunitas pecinta motor dan sebagainya.

Komunitas pecinta motor adalah salah satu komunitas yang banyak diminati oleh masyarakat. Hal tersebut didukung dengan tingginya jumlah masyarakat di berbagai daerah di Indonesia yang memiliki kendaraan motor. Berdasarkan data sensus

Badan Pusat Statistik, pada tahun 2017 jumlah kendaraan sepeda motor yang dimiliki masyarakat Indonesia berjumlah 111.988.683 unit. Kemudian pada tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi 120.101.047 unit (Badan Pusat Statistik, 2018).

Perkembangan dalam bidang otomotif membuat komunitas motor semakin menunjukkan eksistensinya. Era modern semakin menjadikan masyarakat terpengaruh dengan hal yang serba mewah. Begitu juga dengan anggota komunitas motor yang seolah tak terbebani untuk memodifikasi motornya agar terlihat menarik. Mereka rela menyisihkan banyak uang untuk membiayai motor mereka agar tampil maksimal saat berkumpul dengan sesama anggota komunitas. Namun ada juga anggota yang memakai motor mereka apa adanya tanpa modifikasi lebih lanjut.

Menurut Minor dan Mowen (2002) sikap seseorang menghabiskan waktu dan uangnya disebut sebagai gaya hidup. Gaya hidup merujuk pada bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang yang dimiliki, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Menurut Suratno dan Rismiati (2001), gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Kemudian Machin dan Leeuwen (2007) mendefinisikan gaya hidup sebagai gabungan dari gaya pribadi dan gaya sosial yang muncul pada wilayah sosial tertentu, yang merupakan aktivitas bersama dalam mengisi waktu senggang, dan sikap dalam menghadapi isu sosial tertentu.

Ketertarikan seseorang bergabung dalam suatu komunitas merupakan pilihan hidupnya, yang kemudian menjadi bagian dari gaya hidup seseorang. Gaya hidup selalu berkaitan dengan upaya untuk membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Begitu pula dengan komunitas motor di Indonesia. Menurut Nurbaity, Bungin dan Satvikadewi (2016), disamping sebagai alat transportasi, sepeda motor sebagai produk gaya hidup menawarkan beberapa manfaat, yaitu (1) sebagai identitas, terumuskan melalui kumpulan nilai-nilai dan karakter kita di hadapan masyarakat, (2) sebagai media interaksi, sepeda motor merangsang komunikasi dan pergaulan, sehingga ia akan selalu mengajak kita untuk berinteraksi dengan anggota, menambah kenalan, dan membangun komunitas, (3) sebagai pelengkap penampilan, dan (4) sebagai produk yang mempresentasikan nilai kemewahan.

Setiap komunitas motor memiliki perbedaan gaya hidup, bagaimana cara anggota komunitas tersebut memanfaatkan biaya serta waktu. Nurbanaat dan Desinigrum (2018) menemukan bahwa sebagai anggota komunitas motor, individu cenderung berperilaku konsumtif, seperti membeli perlengkapan motor dan biaya untuk touring. Gaya hidup tersebut juga dirasakan oleh anggota komunitas motor klasik di Yogyakarta.

Komunitas motor klasik adalah komunitas sepeda motor yang sedang marak dimasyarakat dewasa maupun remaja. Motor klasik tetap eksis sampai sekarang dan semakin banyak penggunanya. Akan tetapi bentuk motor klasik sudah banyak yang telah dimodifikasi oleh para penggunanya dengan berbagai macam aliran modifikasi. Modifikasi memang perlu terjadi pada motor ini, khususnya dibagian mesin sebab motor keluaran tahun 90-an ini memang perlu perbaikan di bagian mesin, dan kebanyakan dari spare part dibagian mesin perlu diganti dan perlu peremajaan.

Biaya yang dikeluarkan oleh anggota komunitas motor klasik untuk memodifikasi dan mendandani motor klasik juga tergolong tidak sedikit. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara awal dengan partisipan bernama

RE, anggota salah satu komunitas motor klasik di Yogyakarta yang dilakukan pada tanggal 08 April 2019. RE telah menggunakan motor klasik, selama 5 tahun dan telah bergabung dengan komunitas motor klasik di Yogyakarta selama 3 tahun. RE mengeluarkan uang sebanyak Rp 3.00.00 bahkan lebih per tahunnya untuk memodifikasi motornya agar tampil menarik.

Selain biaya untuk memodifikasi motornya agar selalu tampil menarik, anggota komunitas juga mengeluarkan biaya untuk iuran anggota dan biaya selama melakukan touring. Touring adalah salah satu bentuk kegiatan untuk melakukan perjalanan dengan mengendarai sepeda motor ke tempat tujuan tertentu untuk menyalurkan kegemaran. Selain biaya, pada saat melakukan touring ataupun kegiatan lainnya, anggota komunitas juga perlu meluangkan waktu yang dimilikinya. Sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti, saat melakukan touring, anggota komunitas harus menyisihkan waktu sekitar 3 sampai 6 hari.

Tujuan penelitian ini secara teoritis untuk menjawab rumusan masalah yang diangkat, yaitu “bagaimana gambaran gaya hidup anggota komunitas motor klasik di Kota Yogyakarta ?.

**METODE PENELITIAN**

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Anggito dan Setiawan (2018) penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian ini diajukan untuk menggambarkan gaya hidup anggota komunitas motor klasik. Dalam mengumpulkan dan mengungkapkan berbagai masalah dan tujuan yang hendak dicapai maka penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi deskriptif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci.

Menghindari kesalahan dalam memahami judul penelitian, maka peneliti sangat perlu untuk menjelaskan terlebih dahulu yang dimaksud dengan judul penelitian “Gaya Hidup Anggota Komunitas Motor Klasik”. Adapun penjelasan sekaligus pembatasan istilah untuk masing-masing variabel tersebut adalah: (1) Gaya Hidup adalah cara bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang yang dimiliki, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. (2) Komunitas Motor Klasik adalah sekelompok individu yang menjalin relasi pribadi yang erat satu sama lain karena adanya ketertarikan terhadap motor-motor yang diproduksi sebelum pertengahan tahun 90- an.

Unit analisis data akan dilakukan secara individual dengan 3 orang partisipan dengan karakteristik partisipan yaitu anggota komunitas motor klasik di Yogyakarta dan telah bergabung minimal 1 tahun. Pada penelitian ini juga melibatkan 3 significant others untuk dapat membuktikan kebenaran informasi yang diperoleh dari partisipan. Jumlah partisipan dan informan dalam penelitian ini adalah 6 orang.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (semi structure Interview). Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori in-dept interview, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara semi terstruktur ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka (Sugiyono, 2017). Tujuan peneliti menggunakan wawancara sebagai alat pengambilan data pada penelitian ini adalah karena peneliti ingin mendapatkan informasi yang tidak bisa didapatkan dalam pendekatan lainnya. Selanjutnya hasil wawancara akan dicatat dan dijadikan dalam bentuk verbatim. Wawancara dalam penelitian ini tidak hanya dilakukan pada partisipan saja tapi juga dilakukan pada significant others. Hal ini dilakukan agar mendapatkan data pembanding dari hasil wawancara dengan partisipan.

Observasi pada saat wawancara, observasi dilakukan pada saat wawancara berlangsung, dengan cara mengamati perilaku partisipan dalam menjawab pertanyaan dari peneliti sebagai data pelengkap. Pengamatan sederhana ini dilakukan untuk sebatas membandingkan kesesuaian hasil wawancara atau jawaban dari partisipan dengan perilaku partisipan pada saat wawancara berlangsung.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian dari ke tiga subjek terhadap “Gaya Hidup Anggota Komunitas Motor Klasik di Yogyakarta”. Ketiga subjek sama-sama tergabung dalam komunitas motor klasik di Yogyakarta dan memiliki kesamaan dalam modifikasi motor klasik. Selain melakukan ke giatan rutin dalam komunitas yang biasanya di laksanakan pada hari minggu kopdar dan social. Perkembangan dalam bidang otomotif membuat komunitas motor semakin menunjukkan eksistensinya. Era modern semakin menjadikan masyarakat terpengaruh dengan hal yang serba mewah. Begitu juga dengan anggota komunitas motor yang seolah tak terbebani untuk memodifikasi motornya agar terlihat menarik.

Dalam melakukan modifikasi selain hobi adanya maksut tersendiri dalam memodif adanya kepentingan untuk pribadi dan kemajuan nama toko atau usahanya, ada juga memodif adalah kepuasan diri yang semata-mata ingin di anggap menarik dan modern. Hal tersebut menunjukan bahwa gaya hidup apada komunitas motor terlihat pada setiap individunya dalam menentukan pilihan dan mengikuti tren pada jamn sekarang tak lain juga semua hobi yang di tekuni dalam modifikasi untuk keperluan bisnis.

**DAFTAR PUSTAKA**

Al-Ghazali, I. (2000). *Ihya Ulum Al-Din Juz* Beirut: Dar-al-Ma’arif

Alwisol. (2004). *Psikologi kepribadian.* Malang: UMM Press

Andriyani., dkk. (2018). *Strategi cerdas sbmptn soshum*. Jakarta: Kompas Gramedia

Machin, D., & Leeuwen, T. (2007). *Global media discourse: a critical introduction.* New York: Routledge

Maryati, K., & Suryawati, J. (2007). *Sosiologi untuk SMA dan MA kelas X*. Jakarta: Erlangga

Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga

Nurbaity, F., Bungin, B., & Satvikadewi, P. (2016). Persepsi anggota club motor terhadap gaya hidup komunitas di surabaya. *Jurnal Representamen*, 2 (2), 1-11. Diakses dari [http://jurnal.untag-](http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/representamen/index)

[sby.ac.id/index.php/representamen/in](http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/representamen/index) [dex](http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/representamen/index)

Purba, J. (2005). *Pengelolaan lingkungan sosial*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Setiadi, E. M., Hakam, k. A., & Effendi, R. (2008). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup .(2017). *Ilmu sosial & budaya dasar*. Jakarta: Kencana

Soekanto, S. (2006). *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. (2014). *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada Sugiyono

Suratno, B., & Rismiati, C. (2001). *Pemasaran barang dan jasa*. Yogyakarta: Kanisius

Syarbini, A., & Jamhari, S. (2013). *Dicintai allah dirindukan rasulullah*. Jakarta: Qultum Media