

**Pola Komunikasi Kelompok pada Bikers Sunmori di Yogyakarta
(studi atas bikers sunmori di kota yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

Moh. Rizki Pradana

17321027

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA UNIVERSITAS
ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2022**

Halaman Judul

**Pola Komunikasi Kelompok pada Bikers Sunmori di Yogyakarta
(studi deskriptif atas bikers sunmori di kota yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

**Moh. Rizki Pradana
17321027**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA UNIVERSITAS
ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

Pola Komunikasi Kelompok pada Bikers Sunmori di Yogyakarta (studi deskriptif atas komunitas bikers di Yogyakarta).

Disusun Oleh :

MOHAMMAD RIZKI PRADANA

17321027

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada : 2022

Dosen Pembimbing Skripsi



Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN.0529098201

Mengetahui Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si, Ph.D

NIDN.0506038201

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

Pola Komunikasi Kelompok Bikers Sunmori di Yogyakarta (studi deskriptif atas komunitas bikers di Yogyakarta).

Disusun Oleh :

MOHAMMAD RIZKI PRADANA

17321027

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal :

Dewan Penguji :

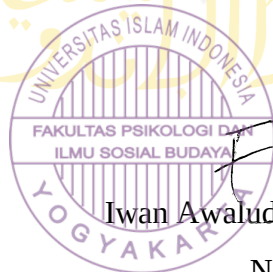
1. Ketua : Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom. ()
NIDN.0529098201

2. Anggota : Narayana Mahendra Prastya, S.Sos, M.A ()
NIDN. 0520058402

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si, Ph.D

NIDN.0506038201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang Bertanda tangan dibawah ini, Saya

Nama : Mohammad Rizki Pradana

NIM : 17321027

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia

Demikian pernyataan ini saya setuju

New York, 2 Agustus 2022

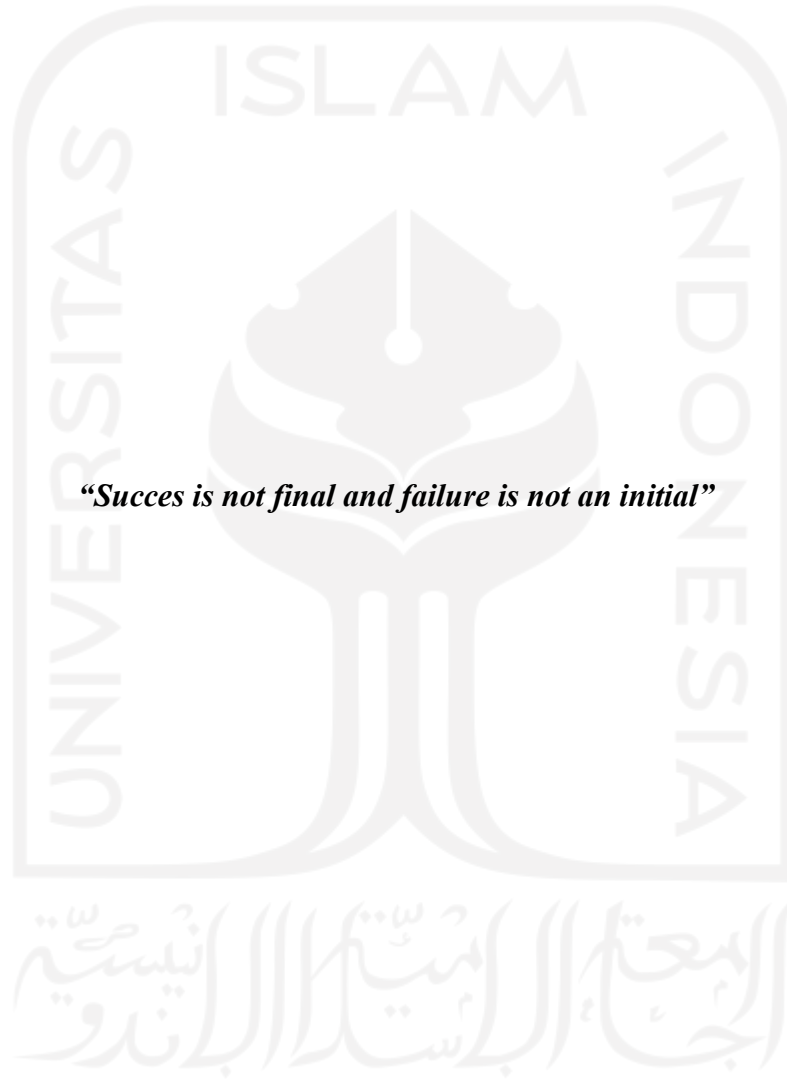
Yang Menyatakan,

Materai Rp.6000

(Mohammad Rizki Pradana / 17321027)

MOTTO

“In New York you can be a new man”



“Succes is not final and failure is not an initial”

KATA PENGANTAR



Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas petunjuk dan kemudahanNya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan Skripsi saya yang berjudul ***“Pola Komunikasi Kelompok pada Bikers Sunmori di Yogyakarta (studi deskriptif atas komunitas bikers di Yogyakarta)”***

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu untuk memenuhi syarat ujian sarjana Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Indonesia.

Dalam Penyusunan Skripsi ini, saya menyadari bahwa skripsi yang saya susun jauh dari kata sempurna karena masih ada keterbatasan keterampilan dan kemampuan dalam penulisan yang saya miliki. Akan tetapi saya sangat berusaha untuk yang terbaik, agar skripsi ini dapat menjadi manfaat bagi banyak pihak. Oleh sebab itu, saya akan menerima kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya sangat banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya dari lubuk hati saya paling dalam, saya berterima kasih yang begitu besar kepada

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya kepada saya.
2. Kepada kedua orang tua saya Ibu Elyta Rachmawati dan Bapak Janni yang selalu membimbing saya dari saya kecil, memberikan semangat, do’a yang tiada henti serta melimpahkan kasih sayang sampai saat ini.
3. Kepada kedua adik saya Kharisma dan Sulton yang memberikan saya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada Pembimbing saya Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom yang telah memberikan kesempatan, tenaga, waktu, pengetahuan, untuk membantu saya dalam penulisan skripsi ini.
5. Kepada Iqbal Wibisono selaku anggota komunitas YK Street
6. Kepada Yonathan Fabiano selaku anggota komunitas Big Bike Yogyakarta
7. Kepada Faishal selaku anggota komunitas ATG ATT
8. Kepada yang sudah datang lalu pergi, yang membuat saya sangat kuat menghadapi segala cobaan yang telah saya alami, dan semakin giat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada sahabat saya yang selalu ada di kala senang maupun susah Nuzul Alfian Huda
10. Kepada sahabat saya yang selalu memberikan dukungan Abdullah Adz-zaky, Ricko Rizal, Nur Arifin, Faiq Hilmi, Fuad Syahrul yang selalu memberikan dukungan serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada teman satu jurusan saya Nanda, Faiz, Alfian, Diast yang membantu memotivasi dan mengarahkan saat pengerjaan skripsi ini.
12. Kepada Sahabat dan rekan kerja saya Asri Putri Dwi Savira yang telah banyak memberikan dukungan dan arahan sehingga skripsi ini bisa selesai.
13. Kepada ibu kos saya di Yogyakarta Ibu Yohana yang selalu mengingatkan saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini

DAFTAR ISI

Halaman Judul	1
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
2.1 Tinjauan Pustaka	4
2.2 Kerangka Teori.....	5
2.3 Metodologi Penelitian	13
2.4 Teknik Pengumpulan Data	15
BAB II Gambaran Umum Objek Penelitian	19
2.1 Sejarah dan perkembangan Sunday Morning Ride (Sunmori)..	19
2.2 Struktur Keanggotaan.....	22
2.3 Kegiatan.....	23
BAB III TINJAUAN DAN PEMBAHASAN.....	24
3.1 Gaya Hidup Hedonisme pada Kalangan Bikers	24
3.2 Sikap Bikers pada Fenomena Kontestasi Gaya Hidup pada Kegiatan Sunmori	
42	
3.3 Pembahasan	46
BAB IV PENUTUP	62
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	1

Transkrip Wawancara.....	2
Aspek.....	2
Pendapat bikers tentang Sunmori	2
Motivasi bikers mengikuti kegiatan Sunmori	4
Pengaruh teman dalam modifikasi atau pembelian apparel motor?	18



ABSTRAK

Pradana, Mohammad Rizki Pradana. (2021). Pola Komunikasi Kelompok pada Bikers Sunmori di Yogyakarta (studi deskriptif atas komunitas bikers di Yogyakarta). (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Manusia tercipta sebagai makhluk sosial, sebagai makhluk sosial manusia akan berinteraksi dengan sesama manusia lainnya dengan cara berbicara, tukar menukar gagasan atau informasi, berbagi pengalaman dan saling membantu bekerjasama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan dan lain sebagainya. Hal tersebut menunjukkan bahwa manusia saling berinteraksi karena manusia memerlukan bantuan antar sesamanya maka kemudian manusia memerlukan adanya komunikasi. Komunikasi adalah sebuah aktivitas atau kegiatan penyampaian symbol atau isyarat yang mengandung makna atau arti. Sebuah aktivitas penyampaian gagasan atau informasi dari komunikator (*sender*) ke komunikan (penerima). *sunday morning ride* atau yang lebih dikenal oleh para *bikers* dengan ‘sunmori’ ini berawal dari munculnya para *motovlogger* yang juga menjadi pelopor adanya ‘sunmori’ di kalangan *bikers* atau para pecinta motor, trend ini mulai muncul pada kisaran tahun 2015-2016 karena pada saat itu content creator otomotif atau yang lebih dikenal dengan *motovlogger* mengunggah video di platform YouTube yang mengabadikan diri mereka mengendarai motor sembari membicarakan suatu topik untuk dibahas salah satunya *review* motor yang sedang mereka kendarai. Terdapat dua rumusan masalah dalam penelitian ini diantara lain adalah bagaimana gaya hidup bikers sunmori di Yogyakarta? dan yang kedua bagaimana *bikers* menyikapi fenomena gaya hidup saat melakukan kegiatan sunmori?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh sunmori terhadap gaya hidup *bikers* di Yogyakarta serta untuk menganalisa kontestasi gaya hidup *bikers* saat melakukan kegiatan sunmori. Penelitian ini menggunakan beberapa teori seperti komunikasi kelompok, teori gaya hidup AIO (*Activity, Interest, Opinion*) dan teori jaringan. Metode penelitian merupakan sebuah cara ilmiah untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian atau suatu tujuan tertentu. Sehingga dari pernyataan tersebut peneliti diharapkan untuk memperhatikan empat hal yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yaitu deskriptif. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi. Temuan dari penelitian yang dilakukan ini dapat ditarik kesimpulan yaitu gaya hidup

bikers sunmori di Yogyakarta terungkap bahwa secara umum *bikers* ketika *Sunmori* terdapat perilaku gaya hidup hedonisme. Hal ini didasarkan atas tujuan dilakukan *Sunmori* untuk mencari kesenangan, setelah melalui aktivitas formal pada saat *weekday*. Perilaku tentang pamer kendaraan dan *apparel* ketika *Sunmori* memang bukan merupakan hal yang dilakukan oleh setiap *bikers*, melainkan terdapat beberapa oknum yang melakukannya. Gaya hidup hedonisme di kalangan *bikers* Yogyakarta memperlihatkan adanya kompetisi gaya hidup diantara mereka.

Kata kunci : Komunikasi kelompok, gaya hidup, Hedonisme

Abstract

Pradana, Mohammad Rizki Pradana. (2021). Group Communication Patterns on Bikers Sunmori Yogyakarta (descriptive study on sunmori bikers in Yogyakarta) (This is an undergraduate thesis.) Islamic University of Indonesia's Communication Studies Program is part of the Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences.

Humans are created as social beings, as social beings, humans will interact with other human beings by talking, exchanging ideas or information, sharing experiences and helping each other work together with others to meet needs and so on. This shows that humans interact with each other because humans need help between each other, then humans need communication. Communication is an activity or activity of delivering symbols or signals that contain meaning or meaning. An activity of delivering ideas or information from the communicator (sender) to the communicant (receiver). Sunday morning ride or better known by bikers as 'sunmori' started from the emergence of motovloggers who were also pioneers of 'sunmori' among bikers or motorcycle lovers, this trend began to emerge in the 2015-2016 range because at that time Automotive content creators or better known as motovloggers upload videos on the YouTube platform that capture themselves riding motorbikes while talking about a topic to discuss, one of which is a review of the motorbike they are driving. There are two formulations of the problem in this study, among others, how is the lifestyle of Sunmori bikers in Yogyakarta? and secondly, how do bikers respond to lifestyle phenomena when doing sunmori activities?. The purpose of this study was to examine the effect of sunmori on the lifestyle of bikers in Yogyakarta and to analyze the contestation of the

lifestyle of bikers when doing sunmori activities. This study uses several theories such as group communication, AIO lifestyle theory (Activity, Interest, Opinion) and network theory. The research method is a scientific way to obtain the data needed in a study or a particular purpose. So from this statement, researchers are expected to pay attention to four things, namely the scientific method, data, purpose and usability. The method used in this study uses a qualitative approach with the type of research that is descriptive. Research data collection is done by conducting interviews, field observations and documentation. The findings of this research can be concluded that the lifestyle of Sunmori bikers in Yogyakarta revealed that in general the bikers when Sunmori had a hedonistic lifestyle behavior. This is based on Sunmori's goal to seek pleasure, after going through formal activities on weekdays. The behavior about showing off vehicles and apparel when Sunmori is not something that every biker does, but there are some people who do it. The hedonistic lifestyle among Yogyakarta bikers shows a lifestyle competition between them.

Keywords : Group communication, lifestyle, Hedonism



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Catatan :

1. Hindarkan informasi yang terlalu umum
2. Pengertian Komunikasi Kelompok dan pentingnya komunikasi kelompok pada komunitas Sunmori

Manusia tercipta sebagai makhluk sosial, sebagai makhluk sosial manusia akan berinteraksi dengan sesama manusia lainnya dengan cara berbicara, tukar menukar gagasan atau informasi, berbagi pengalaman dan saling membantu bekerjasama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan dan lain sebagainya. Hal tersebut menunjukkan bahwa manusia saling berinteraksi karena manusia memerlukan bantuan antar sesamanya maka kemudian manusia memerlukan adanya komunikasi. → Terlalu umum

Komunikasi adalah sebuah aktivitas atau kegiatan penyampaian symbol atau isyarat yang mengandung makna atau arti. Sebuah aktivitas penyampaian gagasan atau informasi dari komunikator (*sender*) ke komunikan (penerima). Pada dasarnya interaksi dalam bersosial merupakan hal yang utama dan memiliki peranan penting dalam menjalin suatu hubungan antar individu dengan individu, kelompok dengan kelompok dan individu dengan kelompok. Maka dari itu komunikasi kelompok merupakan suatu hal penting dalam bersosial seperti dalam kegiatan suatu kelompok atau komunitas yang kemudian berfungsi sebagai alat penghubung antar setiap anggota dalam kelompok tersebut. Kelompok sosial adalah sebuah naluri manusia sejak ia dilahirkan, naluri ini selalu mendorongnya untuk menghubungkan hidupnya dengan anggota lain di dalam kelompoknya. (Sunarto, 2011)

Seperti yang kita ketahui *sunday morning ride* atau yang lebih dikenal oleh para *bikers* dengan ‘sunmori’ ini berawal dari munculnya para *motovlogger* yang juga menjadi pelopor adanya ‘sunmori’ di kalangan *bikers* atau para pecinta motor, trend ini mulai muncul pada kisaran tahun 2015-2016 karena pada saat itu content creator otomotif atau yang lebih dikenal dengan *motovlogger* mengunggah video di platform YouTube yang mengabadikan diri mereka mengendarai motor sembari membicarakan suatu topik untuk dibahas salah satunya *review* motor

yang sedang mereka kendarai. Istilah sunmori sendiri muncul ketika para *motovlogger* membuat sebuah konten bagaimana rutinitasnya sebagai bikers pada hari minggu pagi, salah satunya dengan mencari sarapan bersama komunitas motornya. Seiring berjalannya waktu, rutinitas 'sunmori' ini semakin diikuti oleh kalangan *bikers* berbarengan dengan banyaknya *motovlogger* yang mengunggah rutinitas sunmorinya ke YouTube dan sosial media mereka masing-masing, sehingga trend sunmori ini semakin populer di kalangan *bikers*.

Kegiatan sunmori dinilai memiliki dampak positif bagi para pecinta roda dua di Yogyakarta dengan bertukar informasi seputar dunia motor dan mempererat solidaritas antar *bikers*. Semakin tahun sunmori semakin diminati oleh berbagai kalangan, baik orang tua maupun anak muda yang masih berada di bangku sekolah, sunmori seakan-akan menjadi suatu rutinitas yang wajib dilakukan pada hari minggu pagi bahkan bisa dibilang sunmori sudah menjadi bagian dari gaya hidup pecinta roda dua. Sehingga, para *motovlogger* menjadikan sunmori sebagai konten yang wajib mereka upload setiap minggunya dan tak jarang mereka juga mengadakan 'sunmori bareng' bersama para *followers*-nya dengan demikian banyak bikers merasa *ter-influence* sehingga banyak bikers yang tersebar di seluruh Indonesia mengadakan sunmori di kota mereka masing-masing.

Yogyakarta menjadi salah satu kota yang memiliki banyak keragaman didalamnya salah satunya adalah komunitas bikers sunmori dari beragam jenis motor dari cc yang kecil sampai cc besar atau yang biasa disebut moge (motor gede). Sunmori memang pada umumnya hanya sekedar riding di hari minggu pagi namun jika diperhatikan baru-baru ini sunmori menjadi ajang *show off* atau bisa dibilang unjuk gigi, tidak hanya motor yang mereka miliki sebagai hobi namun juga dari fashion yang mereka kenakan banyak dari para bikers sendiri mengenakan pakaian yang bisa dikatakan '*branded*' atau barang-barang *high end* seperti off white, supreme, gucci dll.

Dari kesamaan hobi tentang otomotif terlebih khusus sepeda motor, para anggota komunitas sunmori kemudian saling menjalin komunikasi antar sesamanya pada saat kegiatan sunmori dilaksanakan. Komunikasi kelompok yang terjadi antar anggota komunitas sunmori atau antar komunitas sunmori dengan komunitas sunmori lainnya, komunikasi yang terjalin dapat berupa banyak hal yaitu sebagaimana para anggota komunitas sunmori bisa saling bertukar pikiran atau menyampaikan pandangannya terhadap perbedaan gaya modifikasi dari setiap motor yang

dimiliki para anggota komunitas sunmori lainnya atau sekedar untuk mengambil sebuah keputusan bersama.

Alasan peneliti memilih bikers sunmori di Yogyakarta sebagai subjek yang diteliti karena Yogyakarta terkenal sebagai kota pelajar sehingga terdapat banyak anak muda baik yang masih sekolah maupun mahasiswa membentuk beberapa komunitas sunmori baik berdasarkan merk motor yang ia gunakan atau sekedar ingin mempunyai teman untuk riding pada saat minggu pagi sehingga dengan adanya beberapa komunitas bikers sunmori di Yogyakarta dapat timbul kegiatan-kegiatan yang positif dan mengubah perspektif buruk masyarakat terhadap penghobi roda dua yang kadang dinilai arogan di jalanan.

1.2 Rumusan Masalah → Sesuai dengan Judul dan Latar Belakang. Komunikasi Kelompok perlu muncul di sini. Gaya hidup dan kontestasi tidak lagi dibahas

Berdasarkan latar belakang yang telah penyusun paparkan diatas, maka untuk mengarahkan penelitian ini penyusun telah merumuskan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gaya hidup bikers sunmori di Yogyakarta?
2. Bagaimana bikers menyikapi fenomena kontestasi gaya hidup saat melakukan kegiatan sunmori?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Bagaimana pola komunikasi komunitas bikers sunmori di Yogyakarta?
2. Menganalisa kontestasi gaya hidup bikers Yogyakarta saat melakukan kegiatan sunmori.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat praktis.

Diharapkan dapat memberikan manfaat melalui analisis yang telah dipaparkan pada bikers sunmori sehingga dapat dijadikan bahan diskusi untuk menambah wawasan tentang kegiatan sunmori dan gaya hidup.

B. Manfaat akademis

Diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang kegiatan sunmori dan gaya hidup.

2.1 Tinjauan Pustaka → Mohon detil tentang : metode, hasil

1. Penelitian yang relevan sebelumnya adalah skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Klub Motor Dalam Pembentukan Citra yang diteliti oleh Asri Wulandari dari program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2012, penelitian tersebut memakai metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi komunitas klub motor dalam pembentukan citra
2. Penelitian yang relevan berikutnya adalah skripsi yang berjudul Komunikasi Kelompok Motor CBR Sidoarjo Club Dalam Pembentukan citra yang diteliti oleh Asri Maratus Sholichah dari program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2018 menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan teori Image Restoration.
3. Penelitian yang relevan yang ketiga adalah skripsi yang berjudul Modal Sosial Pada Komunitas Motor Di Yogyakarta yang diteliti oleh Yogo Mukti Wibowo .dari program studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2012. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui peran modal sosial yang memiliki peran di komunitas tersebut.
4. Penelitian yang relevan selanjutnya adalah penelitian yang berjudul Pola Komunikasi Kelompok pada Anggota Klub Motor (studi deskriptif pada anggota klub motor SFG Suzuki Fu_150 Gorontalo) di Kota Gorontalo yang diteliti oleh Rini Jusuf dari Universitas Negeri Gorontalo menggunakan metode kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan pola komunikasi kelompok pada anggota klub motor " SFG" di Kota Gorontalo.
5. Penelitian berkaitan dengan komunikasi kelompok selanjutnya adalah Pola Komunikasi Kelompok Club Suzuki Satria Cirebon Dalam Me,berikan Manfaat Positif yang diteliti oleh Rizki Budhi Suhara dari Universitas Muhammadiyah Cirebon pada tahun 2020.

Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif tujuan dari penelitian ini untuk menggambarkan atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat, yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas untuk permukaan sebagai suatu ciri, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.

6. Tinjauan pustaka yang terakhir berjudul Pola Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Scooter “VESPA” Dalam Menjalin Hubungan Solidaritas (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Komunitas Ikatan Scooter Wonogiri di Wonogiri) oleh Suryo Heriawan Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2016 penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi komunitas ikatan scooter wonogiri dalam memperkuat hubungan solidaritas antar anggotanya.

Dari tinjauan pustaka diatas memiliki kesamaan pada tema yaitu tentang gaya hidup dan komunikasi kelompok pada komunitas motor namun penelitian yang saya teliti memiliki kebaruan yaitu membahas bagaimana kegiatan sunmori tidak hanya sebagai kegiatan riding komunitas motor namun terdapat kontestasi gaya hidup di dalam kegiatan tersebut.

2.2 Kerangka Teori

a. Komunikasi kelompok

Sunmori adalah kegiatan komunitas motor untuk berkumpul pada hari minggu pagi dimana para bikers akan bertemu pada satu tempat yang memang sudah biasa untuk dijadikan tempat komunitas motor untuk bertemu. Di dalam sebuah komunitas atau kelompok pasti terjadi kegiatan komunikasi interpersonal yang digunakan untuk saling bertukar informasi satu sama lain secara langsung atau tatap muka sehingga pesan yang disampaikan bisa langsung mendapat umpan balik, hal demikian bisa dikatakan sebagai komunikasi kelompok. Menurut Hadi, 2009:3 komunikasi kelompok didefinisikan sebagai komunikasi antar individu dalam kelompok, berhadapan satu

sama lain sehingga memungkinkan bagi setiap individu untuk memberikan respon secara verbal. Michael Burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara langsung atau tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah yang mana anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.

Kelompok adalah sekumpulan dari beberapa orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, saling mengenal satu dengan yang lainnya, dan memandang mereka dan lainnya sebagai bagian dari kelompok tersebut. Contoh dari sebuah kelompok adalah keluarga, kelompok penghobi motor, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah atau suatu komite yang sedang bermusyawarah untuk mengambil sebuah keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu banyak dari teori antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Menurut Gurning (2012:3) bahwa komunikasi kelompok memiliki beberapa sifat atau ciri-ciri sebagai berikut :

1. Komunikasi dilakukan dengan tatap muka
2. Kelompok memiliki sedikit partisipan
3. Seorang pemimpin bertanggung jawab mengarahkan kelompok
4. Pembagian tujuan dan sasaran dalam kelompok dilakukan secara bersama
5. Anggota kelompok saling mempengaruhi satu sama lain

Komunikasi kelompok diklasifikasikan menjadi dua yaitu komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar. Pengklasifikasian tersebut bukan berdasarkan jumlah yang dihitung secara matematis melainkan berdasarkan kesempatan komunikasi dalam menyampaikan tanggapannya.

1. Komunikasi Kelompok Kecil

Definisi komunikasi kelompok kecil adalah suatu perkumpulan individu yang dapat saling mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, saling berperan antar masing-masing individu, terikat satu sama

lain dan berkomunikasi secara langsung atau tatap muka. Dari beberapa komponen tersebut tidak boleh ada satupun yang hilang agar tetap terlibat dalam komunikasi kelompok kecil.

2. Komunikasi Kelompok Besar

Komunikasi kelompok besar adalah sekumpulan orang yang sangat banyak dan komunikasi antarpribadi (antar individu) jauh lebih sedikit atau sulit untuk dilakukan, karena terlalu banyaknya orang yang berkumpul dalam satu kelompok atau lokasi seperti halnya yang terjadi pada tabligh akbar, kampanye, dan lain-lain. Anggota kelompok besar apabila memberikan tanggapan kepada komunikator biasanya bersifat emosional dan tidak dapat mengontrol emosinya.

Pola Komunikasi Kelompok

Pola komunikasi kelompok pada dasarnya sama seperti komunikasi pada umumnya, komponen dasar yang digunakan dalam komunikasi adalah komunikan, komunikator (*sender*), pesan (*message*), media (*channel*), dan respon (*effect*). Akan tetapi pola dalam komunikasi kelompok berlangsung secara langsung atau tatap muka dan lebih intensif kepada komunikasi antar individu dan individu dengan *personal structural* (formal). Ketika seluruh orang yang tergabung dalam komunitas atau komunikasi kelompok berkomunikasi diluar forum, maka komunikasi akan terjalin antar individu berlangsung secara pribadi dan bahasa yang digunakan cenderung tidak formal. Akan tetapi jika individu tersebut bertemu dan berada dalam satu forum dan dihadiri orang anggota atau komunitas tersebut, maka komunikasi yang berlangsung akan cenderung menggunakan bahasa yang formal. Pola komunikasi kelompok yang dijelaskan oleh (Golberg, 1985, p.24) adalah sebagai berikut :

a. Komunikator (*sender*)

Komunikator merupakan orang yang mengirimkan pesan yang berisikan ide, opini atau gagasan untuk disampaikan kepada seseorang (komunikan) dengan harapan agar dapat dipahami oleh seseorang yang menerima pesan sesuai dengan apa yang dimaksudnya. Anggota dan pengurus dalam suatu komunitas atau kelompok bisa menjadi komunikator Ketika melakukan proses komunikasi dalam proses tersebut.

b. Pesan (*message*)

Pesan adalah sebuah informasi yang akan disampaikan atau diekspresikan oleh orang yang mengirimkan pesan (komunikator). Pesan dapat berupa verbal atau non verbal dan pesan akan efektif jika diorganisir secara baik dan jelas. Materi atau isi pesan yang disampaikan dapat berupa informasi, ajakan, rencana kerja, pertanyaan dan lain sebagainya. Pada tahap ini pengirim pesan membuat simbol atau kode sehingga pesan tersebut mudah untuk dipahami oleh penerima pesan. Tujuan menyampaikan pesan adalah untuk mengajak, membujuk, mengubah sikap, perilaku atau menunjukkan arah tertentu.

c. Media (*channel*)

Media adalah alat untuk menyampaikan pesan seperti TV, radio, surat kabar, papan pengumuman, handphone dan media jejaring social. Media yang terdapat pada komunikasi kelompok bermacam-macam seperti rapat, seminar, *workshop*, diskusi dan lain-lain. Media dapat dipengaruhi oleh isi pesan yang disampaikan, jumlah penerima pesan, situasi dan vested of interest.

d. Mengartikan kode atau isyarat

Pesan yang telah diterima oleh indra manusia (telinga, mata dan lain sebagainya) maka si penerima pesan harus mampu mengartikan simbol atau kode dari pesan yang disampaikan tersebut, sehingga dapat dimengerti dan dipahami. Komunikasi kelompok mempunyai simbol, kode atau isyarat tersendiri yang kemudian menjadi suatu ciri khas dari kelompok atau komunitas yang hanya diketahui oleh kelompok atau komunitas tersebut.

e. Komunikan

Komunikan adalah si penerima pesan yang mampu memahami isi pesan dari si pengirim pesan atau *sender* meskipun dalam bentuk kode atau isyarat tanpa mengurangi arti atau pesan yang dimaksud oleh pengirim. Dalam komunikasi kelompok komunikan bertemu atau bertatap muka langsung dengan komunikatornya, sehingga seseorang bisa berkomunikasi secara langsung.

f. Respon

Respon adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan atau jawaban dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun non verbal. Tanpa adanya respon

seorang pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap si penerima pesan. Respon dapat disampaikan oleh penerima pesan atau orang lain yang bukan penerima pesan. Respon yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan respon langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut dan sekaligus merupakan apakah pesan tersebut akan dilaksanakan atau tidak. Respon dapat bermanfaat untuk memberikan informasi, saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan membantu menumbuhkan kepercayaan serta keterbukaan diantara komunikan, juga balikan yang memperjelas persepsi.

g. Gangguan

Gangguan bukan termasuk dalam proses komunikasi akan tetapi gangguan mempunyai pengaruh dalam proses komunikasi, karena pada setiap situasi hampir terdapat gangguan yang menghambat proses terjadinya komunikasi sehingga dapat menyebabkan penerima pesan salah dalam mengartikan atau menafsirkan pesan yang disampaikan.

Fungsi komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok memiliki 5 fungsi menurut S Djuarsa yang dikutip

Rosmawaty HP, yaitu :

a. Fungsi Sosial

Berfungsi untuk memelihara dan menetapkan hubungan social diantara para anggota kelompok. Suatu kelompok mampu menjaga atau memelihara serta menetapkan hubungan social diantara para anggota seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan sebuah aktivitas informal atau aktivitas santai untuk menghibur anggota kelompok

b. Fungsi Pendidikan

Berfungsi untuk menambah wawasan dan pengetahuan semua anggota kelompok, baik pengetahuan yang bersifat umum atau khusus maupun pengetahuan yang berkaitan dengan kepentingan kelompok maupun anggotanya. Melalui fungsi Pendidikan ini dapat memenuhi kebutuhan bagi kelompok itu sendiri maupun

kebutuhan masyarakat, namun demikian fungsi Pendidikan dalam kelompok sesuai dengan yang diharapkan atau tidak. Hal tersebut bergantung pada tiga faktor yaitu, informasi yang baru dikontribusikan, jumlah partisipan dalam kelompok serta frekuensi interaksi diantara para anggota kelompok. Fungsi pendidikan ini akan sangat efektif jika setiap anggota kelompok membawa pengetahuan dan wawasan yang berguna bagi kelompoknya, tanpa pengetahuan baru yang disumbangkan masing-masing anggota, akan mustahil jika fungsi edukasi atau Pendidikan akan tercapai.

c. Fungsi Persuasif

Sebagai upaya untuk meyakinkan atau mempengaruhi dan mengendalikan anggota kelompok, seorang anggota kelompok akan berupaya meyakinkan anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seorang yang terlibat dalam usaha-usaha persuasif tersebut akan bertentangan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok maka kemudian orang yang berusaha untuk membujuk atau meyakinkan akan menciptakan suatu konflik, dengan demikian akan membahayakan kedudukannya dalam kelompok tersebut.

d. Fungsi pemecahan masalah atau pembuatan keputusan (*problem solving*)

Adalah sebuah fungsi untuk mencari alternatif bagi pemecahan masalah kelompok mulai dari penemuan alternatif atau solusi, pembuatan keputusan yang dilakukan secara bersama sampai pada penerapan solusi tersebut. Problem solving berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya sedangkan pembuatan keputusan (*decision making*) berhubungan dengan pemeliharaan antara dua atau lebih solusi. Jadi, pemecahan masalah menghasilkan materi atau bahan untuk membuat keputusan.

e. Fungsi terapi

Tidak semua kelompok memiliki tujuan untuk membantu menterapi para anggotanya agar mencapai perubahan personal sebagaimana yang diinginkan. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya, tentunya individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun

usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri bukan membantu kelompok mencapai consensus. Contoh dari kelompok terapi ini adalah kelompok konsultasi pernikahan, kelompok penderita narkoba dan sebagainya.

Seperti yang kita ketahui bahwa komunikasi dapat memberikan efek atau pengaruh, yaitu :

1. Efek kognitif

Efek kognitif adalah efek yang timbul pada komunikan yang bersifat informatif bagi dirinya sehingga yang awalnya tidak tahu menjadi tahu.

2. Efek afektif

Efek afektif memiliki kadar efek yang lebih tinggi dari kognitif bukan hanya sekedar mendapatkan informasi namun komunikan akan merasakan emosional sesuai apa yang ia dapat dari informasi yang telah ia terima.

3. Efek behavioral

Efek behavioral adalah efek yang muncul pada diri komunikan dalam bentuk tindakan atau perilaku sesuai apa yang ia terima dari sebuah informasi.

b. Gaya hidup AIO (*Activity, Interest, Opinion*)

Kita telah mengetahui bahwa komunikasi kelompok memiliki dampak kepada masing-masing individu yang berada pada suatu kelompok tersebut, hal tersebut tidak dapat dipungkiri dapat terjadi pada komunitas biker sunmori, sebagaimana bikers motor tentu saja kebanyakan dari mereka akan bertukar informasi seputar dunia otomotif terlebih khusus roda dua. Seperti yang telah peneliti paparkan bahwa efek behavioral adalah efek yang timbul setelah terjadinya proses komunikasi yang kemudian berpengaruh pada tindakan atau perilaku komunikan.

Psikografis adalah identifikasi karakteristik kepribadian dan sikap yang mempengaruhi gaya hidup dan perilaku seseorang, psikografis seseorang dapat dikatakan sebagai analisis gaya hidup karena dilihat dari dua segmen yaitu konsep diri dan gaya hidup, dasar dari penelitian

psikografis adalah AIO (*Activity, Interest, Opinion*). Penelitian AIO adalah suatu bentuk penelitian individu yang memberikan profil yang jelas dan praktis mengenai segmen-segmen individu, tentang aspek-aspek kepribadian penting individu tersebut seperti motif, minat, sikap dan keyakinannya serta nilai-nilai yang dianutnya.

Gaya hidup merupakan pola hidup atau tingkah laku sekelompok manusia dalam masyarakat. Gaya hidup mempunyai kaitan dengan perkembangan zaman dan teknologi dimana gaya hidup menjadi alat bagi manusia untuk eksis, gaya hidup dapat menjadi suatu identitas antara satu golongan dengan golongan yang lain. Sedangkan menurut Kotler (2002:192) gaya hidup merupakan rutinitas yang berulang sehingga menciptakan karakteristik seseorang di dunia yang kemudian diekspresikan dalam minat, aktivitas beserta opininya. Disisi lain Minor & Mowen (2002) menyatakan bahwa gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana orang menggunakan uang serta waktunya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan suatu rutinitas atau pola hidup seseorang yang terbentuk dari kegiatan, minat dan pendapatnya yang kemudian digunakan untuk menggunakan uang dan waktunya.

c. Jaringan (*Networks*)

Gaya hidup dapat muncul akibat dari seseorang yang telah dimanipulasi perilakunya karena orang tersebut berada didalam suatu kelompok. Seperti yang kita ketahui bahwa, jika seseorang telah bergabung ke dalam suatu kelompok sosial maka dimungkinkan orang tersebut akan mengikuti perilaku dari kelompoknya sebagai penyesuaian agar diterima oleh kelompoknya. Kelompok bisa terbentuk karena adanya jaringan yang menghubungkan antara satu individu dengan individu yang lain sehingga bisa terbentuk sebuah kelompok sosial.

Definisi jaringan sosial adalah sebuah sistematika atau pola dalam arti hubungan sosial yang dimiliki suatu individu maupun kelompok yang dimana pola hubungan tersebut memiliki sebuah keteraturan untuk bagaimana individu tersebut berperilaku dalam sebuah masyarakat. Menurut Fukuyama dalam bukunya “guncangan besar (kodrat manusia dan tata sosial baru)” adalah sekelompok orang yang memiliki norma-norma atau nilai informal di samping norma-norma atau nilai-nilai yang dibutuhkan untuk transaksi biasa di pasar (2005:245)

Pada kehidupan modernisasi seperti saat ini, arus perubahan atau perkembangan sosial di masyarakat sangat beragam untuk bisa saling berhubungan dalam kehidupan sosial. Tahapan untuk memulai suatu “hubungan” dimulai dari membentuk jaringan itu sendiri, kemudian ber-interaksi dan ber-adaptasi, yang kemudian dari tahapan-tahapan tersebut dilakukan oleh masyarakat dalam melakukan hubungan dengan individu yang lain atau bahkan individu dengan sebuah kelompok.

Ruddy Agusyanto dalam bukunya yang berjudul “Jaringan Sosial Dalam Organisasi” menyatakan bahwa jaringan sosial merupakan suatu jaringan tipe khusus, dimana ‘ikatan’ yang menggabungkan suatu titik ke titik yang lain dalam jaringan adalah hubungan sosial. Ruddy Agusyanto juga menjabarkan definisi tentang jaringan sosial, hubungan sosial diibaratkan seperti sebuah jalur yang menghubungkan antara satu titik (individu) dengan individu yang lain dimana dalam jalur tersebut bisa dialirkan sesuatu (2007:14)

Hubungan sosial antara dua orang mencerminkan adanya pengharapan peran dari masing-masing lawan interaksinya. Tingkah laku atau perbuatan yang diterapkan dalam suatu interaksi sosial itu *sistematik*, meskipun para pelakunya belum tentu menyadari. Keanggotaan pada jaringan sosial seringkali tidak disadari oleh pelakunya hal tersebut yang membuat jaringan sosial berbeda dengan kelompok, di dalam kelompok dapat dipastikan setiap individu dalam kelompok tersebut menyadari bahwa dia adalah bagian dari kelompok tersebut. Interaksi sosial yang terjadi, yaitu tingkah laku yang *sistematik* terwujud antara dua orang atau lebih sehingga menghasilkan hubungan sosial (Levi-Strauss, 1963; Suparlan, 1998)

2.3 Metodologi Penelitian

a. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013.2), Metode penelitian merupakan sebuah cara ilmiah untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian atau suatu tujuan tertentu. Sehingga dari pernyataan tersebut peneliti diharapkan untuk memperhatikan empat hal yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yaitu deskriptif. Penelitian kualitatif memfokuskan analisisnya terhadap fenomena yang diamati, menurut

Saifuddin Azwar (2010:5) dijelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian kualitatif dimana cara analisis dan penyajian faktanya disusun secara sistematis sehingga mudah dipahami dan disimpulkan.

b. Waktu dan lokasi penelitian

Peneliti telah merancang jadwal serta menentukan lokasi penelitian, penelitian ditargetkan mulai pada bulan Januari tahun 2021 mendatang sembari menunggu keadaan membaik dari pandemi covid-19 kemudian lokasi penelitian akan dilakukan di beberapa titik tempat di kota Yogyakarta antara lain KFC jalan Kaliurang, Warung Mbah Ganis Kaliurang atas, Landasan pacu pantai depok. Pada lokasi tersebut peneliti akan melakukan wawancara serta observasi mendalam terkait kegiatan sunmori yang dilakukan oleh beberapa dari komunitas club di Yogyakarta. Peneliti juga akan mendokumentasikan serangkaian kegiatan sunmori tersebut agar informasi yang disajikan di penelitian ini terkait sunmori bisa dilihat secara visual.

c. Narasumber Penelitian

Dalam penelitian kualitatif terdapat sampel atau dinamakan narasumber, atau disebut juga informan. Narasumber adalah seseorang yang mewakili individu maupun suatu lembaga yang memberikan atau mengetahui informasi mendalam terkait pribadi atau lembaga yang menaunginya. Menurut Sugiyono (2018:287) penentuan sumber data pada penelitian kualitatif, yaitu narasumber yang nantinya akan diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.

Peneliti telah mencoba mempertimbangkan beberapa narasumber terkait dengan kegiatan sunmori di Yogyakarta dengan tujuan untuk memberikan berbagai informasi terkait sunmori itu sendiri dan bagaimana gaya hidup menjadi sesuatu yang krusial dikalangan para pelaku sunmori tersebut, dengan demikian berikut adalah beberapa narasumber yang telah ditentukan oleh peneliti :

1. Anggota Sunmori Jakal
2. Anggota Big Bike Yogyakarta
3. Anggota YK Street

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Data menjadi suatu hal yang sangat penting dalam suatu penelitian karena berisikan sekumpulan informasi sehingga dapat memenuhi tujuan dari suatu penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif ini dilakukan dengan natural setting karena penelitian ini mengacu pada kondisi alamiah. Pengumpulan data pada penelitian ini didapatkan dari dua sumber yaitu, data primer dan data sekunder. Serta cara atau tehnik pengumpulan data, penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data dari sebuah penelitian yang didapatkan secara langsung dari lapangan atau dari sumber utama yang berupa wawancara dengan para narasumber dan hasil observasi dari suatu obyek yang diteliti. Sedangkan menurut Sugiyono (2018:296) data primer adalah sumber data yang secara langsung menyajikan data maupun informasi kepada peneliti.

1. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan secara langsung antara dua orang atau lebih. Orang yang biasa mewawancarai disebut *interviewer* sedangkan orang yang akan diwawancarai atau biasa disebut sebagai narasumber disebut *interviewee* karena memberikan respon atau jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Terdapat tiga macam wawancara yaitu, wawancara terstruktur, wawancara semi struktur, dan wawancara tidak terstruktur. Dalam penelitian ini peneliti memilih melakukan dengan wawancara semi terstruktur karena peneliti mengacu pada kepada *interview guide* yang telah ditentukan sebelumnya. Wawancara dilakukan bertujuan untuk agar fokus penelitian tetap terjaga pada jalurnya dan data bersifat lebih sistematis dan terarah, dengan tujuan agar wawancara bersifat lebih mendalam dan menemukan permasalahan secara terbuka. Narasumber yang telah ditentukan oleh peneliti dalam wawancara ini adalah ketua dan anggota beberapa komunitas motor di kota Yogyakarta.

2. Observasi

Observasi adalah sebuah aktivitas pengamatan yang dilakukan agar dapat belajar dan memahami makna dari perilaku atau peristiwa. Observasi dijadikan sebagai validitas pada suatu data. Menurut Arifin (2011) Observasi adalah suatu pengamatan dan pendataan secara sistematis, logis, objektif dan rasional mengenai berbagai fenomena dalam suatu keadaan yang sebenarnya maupun keadaan yang disengaja untuk suatu tujuan tertentu. Terdapat berbagai macam golongan dalam observasi yaitu, observasi partisipatif, observasi secara terang-terangan dan tersamar serta observasi tak berstruktur. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi partisipatif, dimana peneliti melakukan pengamatan terhadap apa yang dikerjakan narasumber serta berpartisipasi dalam aktivitas mereka. Peneliti akan mendatangi lokasi yang biasanya menjadi titik berkumpul para bikers sunmori serta mengamati fokus masalah yaitu sunmori dan kontestasi gaya hidup.

b. data sekunder

Data sekunder merupakan data tidak langsung yang biasanya berupa tulisan atau dokumen. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, grafik-grafik persentase dan karya-karya monumental atau pencapaian seseorang maupun instansi. Data sekunder tersebut digunakan sebagai pelengkap atau pendukung data primer. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari artikel-artikel yang membahas seputar sunmori dan gaya hidup, foto-foto yang diunggah oleh fotografer yang mendokumentasikan kegiatan sunmori maupun foto yang diunggah pelaku sunmori itu sendiri.

c. Teknik Analisis data

Teknik analisis data adalah suatu metode yang digunakan peneliti untuk menyederhanakan data-data yang diperoleh dari lapangan sehingga mudah untuk diaplikasikan. Analisis data juga digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji suatu hipotesis. Menurut Bodgan (dalam Sugiyono 2018:319) analisis data adalah sebuah proses yang terstruktur untuk menemukan atau menyusun data yang ditemukan dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya sehingga dapat mudah dipahami dan diinformasikan kepada khalayak umum.

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman (1992:15) yang terdiri dari empat unsur utama, yaitu :

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan dimana data penelitian kualitatif dideskripsikan secara sistematis. Data-data yang telah diperoleh merupakan data primer yang berupa transkrip wawancara yang bersumber dari wawancara mendalam dengan narasumber serta catatan lapangan yang bersumber dari observasi partisipatif yang telah dilakukan. Kemudian data sekunder berupa gambar, infografis ataupun tulisan-tulisan yang diperoleh melalui website dan *platform* digital sejenisnya.

2. Reduksi Data

Pada tahapan ini adalah tahapan untuk merangkum atau memilih data serta memfokuskan pada hal-hal penting yang nantinya akan membentuk suatu tema atau pola. Pada tahapan ini peneliti dipandu oleh teori dan tujuan yang akan dicapai. Data yang telah dikurasi akan menjadi jelas dan dapat mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data pada tahap selanjutnya.

3. Penyajian Data

Data yang telah dikurasi, selanjutnya akan disajikan data tersebut untuk digunakan pada saat penarikan kesimpulan. Pada tahapan ini merupakan tahapan dimana data telah disusun secara terstruktur. Dalam penelitian kualitatif biasanya data disajikan dalam bentuk narasi, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Sebelum menemukan pola yang saling berhubungan, data akan melalui tahapan koding. Koding merupakan pemberian kode terhadap suatu data yang bersumber dari transkrip wawancara untuk memudahkan mengelompokkan data sesuai kategori.

4. Verifikasi/Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan merupakan proses penafsiran dari data-data yang telah terstruktur dan tersajikan dengan baik. Setelah proses penafsiran atas data-data yang didapat di lapangan kemudian dicari arti atau makna dari data

tersebut. Kesimpulan yang telah diperoleh dari penyajian data kemudian diverifikasi agar mendapatkan hasil yang sempurna dari segi redaksional dan substansi.



BAB II

Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam bab ini peneliti akan memaparkan mengenai gambaran umum dari suatu objek penelitian yang diteliti yaitu *Sunmori* di kota Yogyakarta Daerah Istimewa Yogyakarta. Gambaran umum tersebut berisi awal mula munculnya kegiatan *Sunmori* serta perkembangannya yang sampai saat ini telah menjadi gaya hidup bagi sebagian kalangan. Dalam hal ini, peneliti mencoba menjelaskan beberapa hal diatas berdasarkan analisis peneliti dengan sumber informasi dari dari narasumber yang telah dipilih dan dipercaya oleh peneliti.

2.1 Sejarah dan perkembangan Sunday Morning Ride (Sunmori)

Sunday Morning Ride atau yang dikenal oleh kalangan pecinta roda dua dengan *Sunmori* adalah kegiatan berkendara motor (*riding*) yang dilakukan pada hari minggu pagi sebagai sarana untuk *refreshing* di akhir pekan maupun wadah untuk bersilaturahmi antar anggota komunitas pecinta roda dua. Sebelumnya, kegiatan ini memang sudah ada sejak lama dan sudah menjadi kegiatan rutin bagi club motor *harley* pada hari Minggu namun nama “sunmori” belum populer seperti sekarang. Kemudian, pada tahun sekitar 2015-2016 kegiatan tersebut mulai populer dikalangan anak muda penghobi roda dua yang bersamaan dengan naiknya konten *motovlog* di youtube, karena banyaknya peminat otomotif roda dua di Indonesia terlihat dari meningkatnya persaingan industri otomotif yang semakin berkembang. (wawancara, Rakha, 28 September 2021)

Dengan meningkatnya persaingan industri otomotif terutama roda dua, pabrikan otomotif roda dua seperti Yamaha, Kawasaki, Honda bersaing untuk menciptakan produk unggulan mereka terutama pada lini motor sport 150cc dan 250 cc. Karena tingginya peminat *motor sport* di Indonesia mengakibatkan banyak munculnya komunitas pecinta roda dua sehingga dari komunitas-komunitas tersebut muncul kegiatan seperti touring. Touring sendiri adalah kegiatan *travelling* keluar kota dengan menggunakan kendaraan yang biasa diselenggarakan oleh komunitas otomotif. (wawancara, Rakha, 28 September 2021)

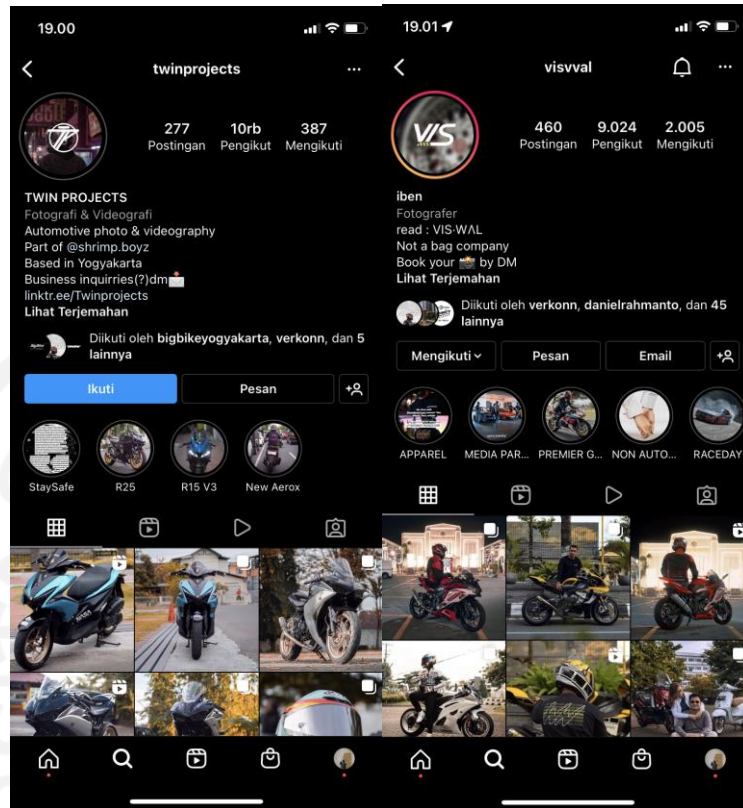
Pada tahun 2015 beberapa komunitas pecinta roda dua di Jakarta mempopulerkan sunmori. Sunmori dinilai menjadi alternatif dari kegiatan *touring* karena jarak tempuhnya yang hanya dilakukan di dalam kota dan dilaksanakan pada hari minggu pagi, dengan populernya kegiatan sunmori kemudian dimanfaatkan oleh beberapa konten kreator seperti Jodie Motovlog, Den dimas dan Harald Arkan. Para konten kreator tersebut kemudian *meng-upload* kegiatan mereka ketika sunmori di channel youtube masing-masing. (wawancara, Iqbal, 10 September 2021)

Dari konten-konten sunmori yang telah diupload oleh para konten kreator tersebut kemudian istilah sunmori menjadi populer dikalangan pecinta roda dua, komunitas-komunitas pecinta roda dua di berbagai daerah beramai-ramai mengadakan kegiatan sunmori salah satunya di kota Yogyakarta. Komunitas sunmori Yogyakarta biasanya melakukan kegiatannya di beberapa tempat dan yang terkenal adalah KFC jalan kaliurang dan Taman Kaliurang, kedua tempat tersebut biasanya dijadikan rute wajib oleh para *bikers* sunmori di Yogyakarta karena rute jalan Kaliurang yang berkelok dan sejuk. (wawancara, Iqbal, 10 September 2021)



Gambar 2.1
Sunmori Kaliurang
(Sumber : Dokumentasi peneliti)

Kawasan wisata Kaliurang menjadi destinasi *sunmori* bagi para *bikers* karena udaranya yang sejuk dan banyak tempat untuk berkumpul para *bikers* seperti warung kopi yang ada di kawasan wisata Kaliurang ditambah lagi banyak fotografer yang mengabadikan *bikers* yang sedang melakukan kegiatan *sunmori*, kemudian para fotografer tersebut membagikan hasil karyanya melalui link google drive dan mereka bagikan melalui instagram sehingga para *bikers* bisa mengupload foto mereka saat *sunmori* di media sosial mereka masing-masing. Karena banyak anak muda yang hobi otomotif menjadi fotografer *sunmori* yang kemudian bisa mereka jadikan profesi, berikut adalah akun instagram beberapa fotografer *sunmori* di Yogyakarta :



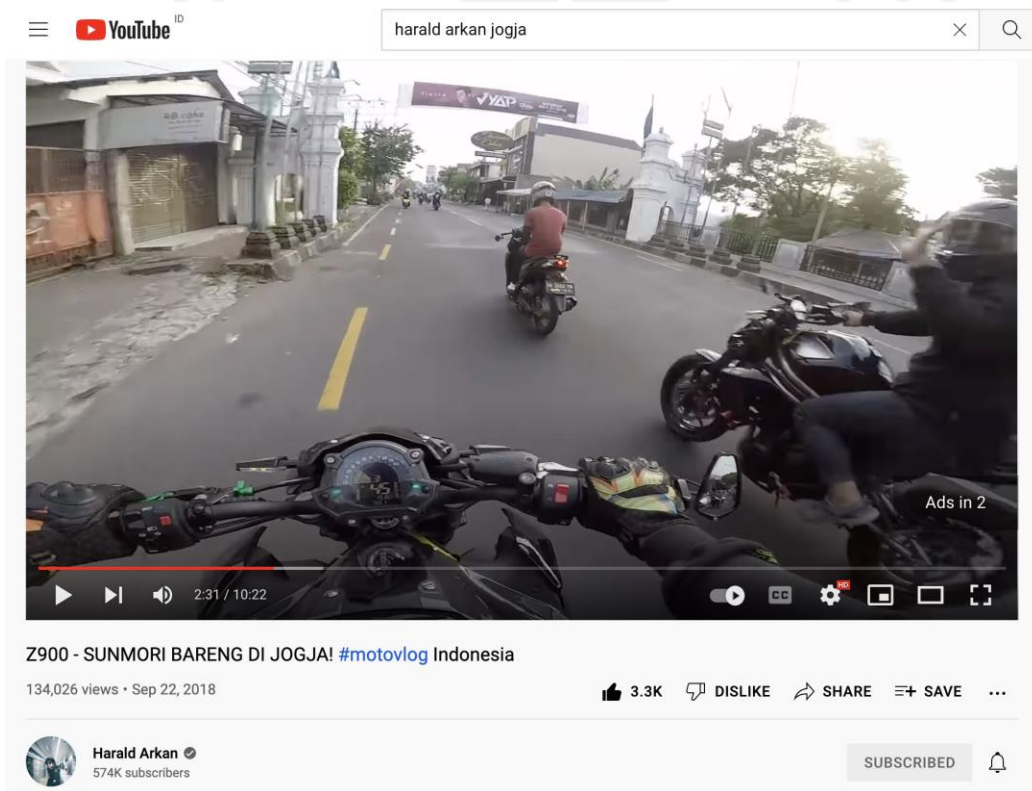
Gambar 2.2
(Sumber : instagram @twinprojects dan @visvval)

2.2 Struktur Keanggotaan

Pada kegiatan *sunmori* sebenarnya tidak ada struktur organisasi karena hanya berbasis komunitas saja dan setiap penghobi motor *feel free to join* dalam kegiatan tersebut, kemudian dalam kegiatan *sunmori* terdapat beberapa klub motor yang berpartisipasi dalam kegiatan tersebut dan klub motor tersebut bersifat resmi dan memiliki AD/ART (Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga) AD/ART berfungsi sebagai landasan bagi sebuah organisasi untuk melaksanakan banyak hal seperti, pelaksanaan event, rapat dan kopdar rutin dan aturan keanggotaan, semua telah diatur dalam AD/ART. Namun hal tersebut dianggap memberatkan bagi beberapa *bikers* karena dianggap terlalu mengikat sehingga beberapa dari mereka memutuskan untuk keluar dari klub motor tersebut dan lebih nyaman ketika sekedar mengikuti komunitas pada saat *sunmori* (wawancara, Rakha, 28 September 2021)

2.3 Kegiatan

Kegiatan sunmori hanya sebatas *riding* setiap hari minggu saja dan tidak ada kegiatan yang terorganisir tiap minggunya, namun beberapa *motovlogger* beberapa kali mengadakan kegiatan “sunmori bareng subscriber” yaitu kegiatan *riding* bersama para subscribarnya. Di Jogja sendiri beberapa *motovlogger* pernah mengadakan “sunmori bareng” salah satunya adalah Harald Arkan yang telah memiliki 574.000 *subscriber* di YouTube. Pada tahun 2018 lalu ia mengadakan “sunmori bareng”. Kegiatan tersebut banyak dihadiri oleh para *bikers* di Yogyakarta dan rute kegiatan tersebut dari Mcd Sudirman sebagai titik kumpul awal dan *finish* di Taman Kaliurang.



Gambar 2.3
(Sumber : YouTube Harald Arkan)

BAB III TINJAUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menuliskan tentang hasil temuan yang didapatkan melalui pengambilan data. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara kepada beberapa narasumber, sehingga dalam bab ini menjelaskan mengenai hasil wawancara dan juga melakukan pembahasan dengan mengaitkan teori yang digunakan.

HASIL PENELITIAN

Membahas terkait dengan KOMunikasi Kelompok. Jadi Hasil Penelitian dijabarkan berdasarkan Konsep-konsep Komunikasi Kelompok. Jadi yang tentang Komunikasi Kelompok nanti diikuti dengan hasil wawancara

Gaya Hidup Hedonisme pada Kalangan Bikers

Sebelum masuk dalam pembahasan mengenai gaya hidup hedonisme pada bikers, perlu untuk membahas terlebih dulu mengenai definisi gaya hidup hedonis itu sendiri. Tujuannya sebagai pengantar dalam melihat apa makna sebenarnya dari gaya hidup hedonis sebelum dikaitkan pada kalangan bikers. Gaya hidup hedonisme merupakan sebuah bentuk gaya hidup yang muncul setelah terjadinya modernisasi besar di lingkungan masyarakat. Pandangan mengenai gaya hidup hedonisme banyak berkembang di masyarakat, namun konsep awal daripada gaya hidup hedonisme ini merupakan sebuah gaya hidup yang menjadikan kesenangan dunia sebagai tujuan hidup. Bahwa sesuatu yang menyenangkan

adalah hal yang baik dan segala yang membuat seseorang individu tidak senang adalah yang buruk.

Penelitian ini memiliki fokus untuk menjelaskan mengenai gaya hidup hedonisme pada kalangan *bikers*. *Bikers* sendiri merupakan sebutan bagi para anggota komunitas sepeda motor yang pada umumnya memiliki hobi di dunia otomotif, khususnya di bagian motor. *Bikers* sendiri berawal dari adanya minat dalam dunia otomotif sepeda motor. Minat diartikan sebagai suatu ketertarikan yang muncul dari dalam diri individu terhadap lingkungan, sehingga individu tersebut merasa senang untuk memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan hidup.

Di Indonesia sebutan *bikers* bagi para anggota komunitas motor sudah sangat di kenal karena jumlah komunitasnya yang bahkan mencapai ratusan komunitas. *Bikers* sendiri tidak hanya dari kalangan Moge (motor gede), tetapi komunitas motor juga bahkan merambah sampai ke motor *matic* dan motor klasik. Kehidupan para bikers juga memiliki berbagai macam kegiatan di dalamnya seperti kegiatan kumpul bersama atau yang biasa di sebut *Kopdar*, *touring*, bakti sosial, dan salah satu yang paling sering dilakukan adalah *Sunmori*.

1. Kegiatan Sunmori oleh Bikers

Salah satu kegiatan yang marak dilakukan di kalangan *bikers* adalah *Sunmori* yang merupakan singkatan dari *Sunday Morning Ride*, yang secara harfiah artinya “berkendara di minggu pagi”. *Sunmori* sendiri banyak diterjemahkan dalam berkendara motor, padahal sesungguhnya semua kegiatan berkendara dapat disebut dengan *Sunmori*, seperti menggunakan motor, sepeda atau mobil. Meski demikian, asal dari istilah *Sunmori* ini berawal dari komunitas motor (Tawakal, 2021).

Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa *bikers* terkait dengan kegiatan *Sunmori* yang dilakukan. Seperti yang dijelaskan oleh Iqbal.

“menurut saya sendiri itu Sunmori seperti hiburan di akhir pekan, menikmati cuaca pagi begitu”

Kegiatan *Sunmori* menurut pendapat *bikers* dijelaskan sebagai suatu hiburan. Hiburan dalam hal ini berkaitan dengan menghabiskan waktu di akhir pekan sambil menikmati suasana pagi hari dan berkumpul bersama teman atau komunitas. Hal ini juga diperkuat oleh pendapat Rakha Ari sebagai *bikers* yang menjelaskan tentang *Sunmori* sebagai ajang kumpul bersama para penghobi motor.

“jadi menurut saya Sunmori itu sebetulnya ajang kumpul para penghobi motor yang kebanyakan dari kalangan anak muda sampai orang tua motoran ngumpul di hari Minggu pagi, Minggu pagi itu kan dia istilahnya akhir minggu yang semua orang tuh biasanya renggang ya kan sampai Jumat sampai Sabtu kan kerja nggak jadi mereka ya untuk refreshing di akhir Minggu aja sih ngumpul riding di hari Minggu itu nah terus jadilah sunmori itu”.

Sunmori yang dilakukan merupakan kegiatan yang menghabiskan akhir pekan, setelah bekerja atau beraktivitas formal di hari Senin sampai dengan Jumat atau Sabtu. *Sunmori* sebagai salah satu ajang *refreshing*, yang banyak dilakukan oleh kalangan anak muda sampai orang dewasa. Pendapat tentang *Sunmori* juga dijelaskan oleh Yonathan, dimana ajang *Sunmori* hanya berupa penyalur hobi komunitas sepeda motor.

“menurutku sih Sunmori bukan ajang untuk kebut-kebutan sih yang pertama, Sunmori itu cuma buat penyalur hobi komunitas anak motor untuk menikmati suasana pagi di hari minggu, ajang kumpul manasin motor”.

Pernyataan selanjutnya juga dijelaskan oleh Azis tentang pandangan terhadap *Sunmori* sebagai berikut.

“sunmori menurut saya cuman sebatas melepas penat untuk itu dikatakan sumori, sunday morning ride, dimana diakhir pekan setelah kita bekerja dalam seminggu, kita juga perlu untuk berefreshing dengan sunmori jika kita menyukai atau hobi sepeda motor”

Sunmori dalam hal ini lebih diperkuat dengan adanya peran komunitas motor. Komunitas motor yang merupakan kumpulan dari orang-orang yang hobi dengan otomotif sepeda motor melakukan kegiatannya dengan *Sunmori*. Kegiatan yang dilakukan bukan termasuk yang negatif seperti kebut-kebutan, melainkan hanya untuk menyalurkan hobi otomotif sepeda motor yang kemudian dilakukan bersama dengan komunitas atau sendiri.

Istilah *Sunmori* yang saat ini marak di kalangan penghobi otomotif sepeda motor sudah dilakukan sejak lama. Rakha Ari sebagai *bikers* menjelaskan mengenai pendapatnya pada lahirnya istilah *Sunmori*.

“sebenarnya ya kalau yang gue tahu dari lama dari anak-anak lama sebenarnya *Sunmori* itu udah jadi kebiasaan dari dulu banget gitu dari jaman kalau dulu kan yang *Sunmori* itu biasanya anak-anak Harley lalu merambat ke anak-anak muda jadi berawal dari komunitas-komunitas besar harley karena seiring berjalannya waktu kayaknya tepatnya sekitar tahun 2016-2017 mungkin ya itu pas ramenya youtuber, khususnya motovlog nah mereka kan ya... dia mereka sesama youtuber motovlogger itu ini ngelakuin *sunmori* itu terus jadi lah rame sampai sekarang itu”

Awal mula istilah *Sunmori* tercetus oleh komunitas-komunitas motor sejak dulu. Tidak ada yang mengetahui secara pasti kapan istilah ini pertama kali digunakan, tetapi istilah *Sunmori* pertama kali berasal dari komunitas Moge atau Harley, yang kemudian merambat ke anak-anak muda karena adanya konten *motovlog* yang muncul di tahun 2016-2017 sehingga istilah *Sunmori* menjadi salah satu kegiatan yang marak di komunitas motor. Pendapat ini juga diperkuat oleh Faisal tentang asal istilah *Sunmori*.

“menurut saya di tahun 2021 ini dari nama *Sunmori* yang sudah cukup kita kenal telah mengalami banyak perubahan dimana mungkin jaman tahun 2015-2019 dimana yang namanya *Sunmori* itu adalah menikmati jalan yang sepi berangkat jam 6 pagi udara masih segar menikmati jalanan yang masih sepi, sekarang *Sunmori* tahun 2021 itu dari rekan-rekan *Sunmori* bisa dikategorikan beberapa contohnya *Sunmori* ada yang ingin menampakkan motornya ke teman-teman lain

ada yang bagus-bagusan motor misalnya eh motor dia apasih, motor dia 150cc motor saya 250cc nih nah gitu ntar ada lagi yang 600cc atau apa lagi jadi Sunmori untuk penilaian saya itu semacam kompetisi untuk bagus bagusan”

Kegiatan ini sudah lama dilakukan, istilah dari *Sunmori* juga sudah digunakan sejak lama. Meski demikian dalam hal ini ada pergeseran makna, jika dulu *Sunmori* dilakukan oleh komunitas motor sekedar berkeliling menikmati udara pagi, saat ini maknanya lebih ke arah berkumpul bersama sambil memperlihatkan motor yang dikendarai kepada orang lain atau temannya. Memperlihatkan motor ke teman lain untuk dilihat lebih baik motor siap, atau lebih bagus motor siapa, dalam hal ini kegiatan *Sunmori* mengalami pergeseran dari hanya menikmati jalanan pagi hari ke arah memamerkan kendaraan yang ditunggangi.

Walaupun setiap *bikers* memiliki perbedaan makna mengenai *Sunmori*, namun secara umum konsep awal *Sunmori* berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan *bikers* di hari minggu pagi untuk menikmati hobi terhadap sepeda motor. Hal ini kemudian berkembang, sehingga menjadi sebuah gaya hidup bagi *bikers*.

Perkembangan istilah *Sunmori* bagi kalangan *bikers* membuat mereka memiliki motivasi yang berbeda-beda untuk ikut dalam *Sunmori*. Motivasi sendiri merupakan sebuah dorongan dari dalam individu. Pada konteks *bikers* yang mengikuti kegiatan *Sunmori*, memiliki dorongan yang berbeda untuk terlibat dalam kegiatan tersebut, meskipun dalam istilah yang sama yaitu *Sunmori*. Yonathan menjelaskan tentang motivasi mengikuti *Sunmori* sebagai hobi.

“yang pertama pasti karena hobi ya, hobi anak motor terus yang diadain hari minggu karena anak anak kan free dihari minggu jadi bisa menambah perkumpulan, cari makan, motoran, foto foto”

Hobi menjadi salah satu motivasi *bikers* untuk terlibat dalam aktivitas *Sunmori*. Hobi merupakan kegiatan rekreasi yang sering dilakukan pada waktu luang ataupun sebuah kegemaran yang bertujuan untuk menenangkan pikiran dari kegiatan sehari-harinya yang melelahkan. Pada konteks *bikers*, kegiatan *Sunmori* merupakan refleksi dari hobi pada dunia otomotif sepeda motor. Pendapat serupa juga dijelaskan oleh Iqbal.

“mungkin karena dari dulu emang udah hobi juga main motor, dari keluarga juga hobi buat sunmori

Sunmori yang dilakukan sebagai hobi memang tepat. Kesibukan yang padat di hari-hari sebelumnya dilakukan dengan menyalurkan hobi. *Sunmori* membuat pikiran menjadi lebih tenang, sehingga penat-penat di hari-hari sebelumnya dirasa dapat menetralkan pikiran. Pendapat ini juga serupa dengan Rakha Ari.

“Sebenarnya yang bikin tertarik itu ya tadi misalnya nih biasanya kalau dulu ya Senin sampai Jumat kuliah sekarang Senin sampai Jumat kerja nah otomatis waktu ketemu sama teman motor tuh cuma bisa Sabtu atau Minggu gitu biasanya sih kita memang jadinya sekarang lebih ke Minggu ya karena kan kadang Sabtu juga masih ada kegiatan gitu. Minggu itu emang benar-benar kosong kan itu juga cuma pagi tikum di pom bensin terus sarapan terus ke tempat kopi udah nyampe siang balik ya gitu doang, nggak-nggak yang sampe nongkrong di jalanan lama nggak pernah.”

Aktivitas yang padat di hari kerja, khususnya bagi orang dewasa yang sudah bekerja, atau pelajar/mahasiswa yang di hari Senin sampai Sabtu sekolah atau kuliah, membuat hari Minggu menjadi pilihan untuk menetralkan pikiran. Kegiatan *Sunmori* selain sebagai penyalur hobi otomotif, juga biasanya ditambah dengan aktivitas lain seperti berkumpul teman dengan minat yang sama, kemudian sarapan bersama dan berbincang-bincang. Aktivitas ini juga sebagai salah satu kegiatan menetralkan pikiran, dengan berbincang-bincang untuk hobi yang sama. Hal ini juga disampaikan oleh Azis sebagai berikut.

“Yang tertarik itu mungkin kita bisa saling kenal dan menemukan teman baru dalam kegiatan tersebut, dan juga kita bisa tau tentang perkembangan roda dua sekarang dan juga untuk kita biar have fun untuk melepas penat itu.”

Kegiatan yang favorit dari *Sunmori* yang membuat bikers selalu ingin mengikutinya adalah bisa berkomunikasi dengan orang yang memiliki hobi sama. Tingginya minat pada hobi dan komunitas motor yang sering melakukan kegiatan *Sunmori*, maka timbul perilaku-perilaku *bikers* saat sedang *Sunmori*. Perilaku ini berkaitan salah satunya berkaitan dengan faktor keamanan. Yonathan menuturkan bahwa faktor keamanan berkendara saat *Sunmori* yang dialaminya masih belum optimal.

“kalau aku liat sih masih jauh dari kata safety ya karena mereka biasanya pengen simple pakai hoodie, kadang ada yang pakai celana pendek, kadang ada yang pakai sandal doang ga pakai sepatu, ga pakai sarung tangan, kalo helm sih walaupun pakai half face pasti safety namun kalau jaket yang masih berbahan kain aku bilang itu masih belum safety”.

Faktor keamanan berkendara merupakan salah satu yang penting, terlebih lagi apabila motor yang digunakan merupakan motor dengan spesifikasi khusus seperti Moge atau Motor Sport. Keamanan berkendara menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam kegiatan *Sunmori*. Iqbal juga menjelaskan hal serupa tentang faktor keamanan berkendara dalam *Sunmori*.

“kalo menurut saya mungkin itu keren-kerenan saja namun kalau misalnya untuk *sunmori* itu bisa dibilang kurang proper karena tidak safety... soalnya kan kebanyakan orang pakai kostum itu tu karena pengen dilihat orang dan untuk safety riding sih kurang penting dan bisa dikatakan jauh dari kata safety jika dibandingkan kalau kita memakai apparel riding”

Faktor keamanan berkendara belum lengkap digunakan oleh *bikers* pada saat *Sunmori*. Hal ini berkaitan dengan kegiatan *Sunmori* yang merupakan berkendara santai sambil menikmati suasana pagi hari, tetapi terkadang setiap *bikers* memiliki gaya yang berbeda-beda dalam pakaian yang digunakan yang tujuannya terkadang untuk

diperlihatkan atau kasarnya untuk pamer supaya dilihat oleh orang lain. Pendapat ini juga diperkuat oleh Rakha Ari.

“bikers Sunmori sekarang sih fashionnya yaitu udah kearah yang kayak ya jaket hoodie mahal, hoodie yang bisa dikatakan *hype* belum lagi sepatunya paling *Jordan* begitu kan mereka emang ride with style gitu, kalo menurut gue sih ya dari jaket dan celananya ya kayak istilahnya outfit mereka jalan ke mall yang dipakai untuk motoran gitu karena memang stylenya sekarang ke arah situ sih”

Gaya yang digunakan *bikers* saat *Sunmori* lebih ke arah *style* dan bukan *safety*.

Sunmori yang juga ramai dari masyarakat dan komunitas lain tentu merupakan salah satu ajang untuk memperlihatkan diri, sehingga tidak jarang yang menggunakan pakaian-pakai bermerek mahal, tetapi bukan selayaknya untuk digunakan berkendara. Hal ini juga disampaikan oleh Faisal.

“anak anak sekarang yang sunmori itu lebih mengedepankan fashion tanpa mengedepankan safety dimana ya mohon maaf mungkin hoodie mereka juga terbilang mahal 300 ribuan ada yang 800 ribuan cuma yang namanya hoodie terbuat dari kain kalo jatuh kena aspal bolong kadang mereka juga pake jeans yang daerah lututnya berlubang jadi setidaknya pake protektor kalo sepatu sebisa mungkin yang aman... ya secara fashion mereka lebih menarik bergaya ya know lah up to date terus keliatan ya menurut mereka keliatan lebih rider ada tulisannya RS TAICHI atau DAINESE merk merk apa gitu cuman dan rata rata mereka motornya bagus bagus 250 keatas lah ya minimal cuman ya gimana rata rata ada juga yang mereka pakai pakaian seperti itu kemudian jatuh juga ada, ada ada banya di instagram, ada kecelakaan ya mohon maaf suka ngebut tapi cuma pakai kaos oblong pake manset kemudian kecelakaan juga akhirnya terluka parah ada sih banyak di posting di instagram.”

Pilihan untuk mengutamakan faktor keamanan berkendara muncul dari kesadaran *bikers* itu sendiri. Seperti yang dijelaskan oleh Faisal tentang perilaku *bikers* saat *Sunmori*.

“fashion berkendara saat ini mungkin karena saya sudah tergabung pada komunitas ATG ATT dengan kepanjangan all the gear all the time dimana sebuah rider itu mengedepankan safetines pada saat berkendara karena setidaknya gita

menggunakan pakaian riding yang proper apabila amit amit kita jatuh kita masih aman jadi kita mengedepankan safety daripada fashion”

Hal ini menjelaskan bahwa beberapa *bikers* baik individu maupun berasal dari komunitas dapat memilih untuk memprioritaskan faktor keamanan berkendara. Faktor keamanan berkendara juga di beberapa bagi beberapa *bikers* sudah disyaratkan oleh komunitas. Seperti di Facebook ada komunitas *Gear Up Enthusiast* (GUE), dimana itu adalah komunitas *bikers* yang mengedepankan pakaian yang aman untuk berkendara.

Peneliti melihat bahwa pemilihan faktor keamanan berkendara dapat timbul dari diri sendiri atau dorongan dari komunitas. Bagaimanapun saat berkendara harus mementingkan faktor keamanan, karena dalam berkendara kecelakaan bisa terjadi karena kelalaian kita sendiri atau adanya kelalaian dari pengendara lain yang berdampak pada kita sendiri. Untuk itu, penting dalam mempertimbangkan faktor keamanan. Hal ini sudah digagas oleh beberapa komunitas, sehingga meskipun berkendara dalam jarak dekat dalam *Sunmori*, faktor keamanan tetap menjadi prioritas.

Perilaku *bikers* dalam *Sunmori* juga tidak selalu bersama dengan komunitas. Beberapa *bikers* lebih sering memilih *solo riding*, atau melakukan kegiatan *Sunmori* sendirian. Seperti yang dijelaskan Yonathan yang hanya melakukan *solo riding*.

“kalau untuk sampai saat ini lebih sering solo riding... ga bikin keramaian di jalan itu yang pertama, karena kalau keramaian takut disangka geng motor sama orang lain dan lebih kondusif kalau sendiri kadang juga ga sendiri misal berdua atau bertiga”.

Hal ini sama dengan pendapat yang dijelaskan oleh Azis tentang *solo riding*.

“Saya lebih suka untuk solo riding, kita bisa bertemu teman teman baru sih, kalo komunitas saya jujur tidak bisa membagi waktu... Kita tu bisa bebas memilih tujuan dan mengatur waktu kita sendiri, terus kalo kita ngebut dan pelan juga kita ga ada yang saling nunggu gituloh, kalo komunitas kan kita harus nunggu yang lain, entah kita ada trouble atau bagaimana”

Kegiatan *Sunmori* dengan peserta terbatas atau sendirian menjadi pilihan karena tidak membuat keramaian. Selain itu, kegiatan *Sunmori* sendirian atau dengan peserta dua atau tiga orang dirasa lebih kondusif. Hal ini juga dirasakan oleh Rakha Ari yang lebih sering *Sunmori* dengan teman dekat, bukan dengan komunitas.

“sunmori biasanya bukan komunitas juga sih, temen aja sih, sama temen motoran aja sih begitu”.

Bikers merasa dengan *Sunmori* bersama teman dekat dan bukan dengan komunitas menjadi lebih senang. Hal ini dikarenakan dalam komunitas tidak semua satu dengan yang lainnya saling kenal, sehingga *bikers* tertentu merasa tidak nyaman. Hal ini disampaikan oleh Iqbal.

“sunmori saya biasanya sama teman-teman dekat aja sih, teman biasa nongkrong... alasannya pertama mungkin karena lebih akrab saja, enak untuk bercanda dibandingkan jika bersama orang yang belum akrab gitu ya nanti takutnya kurang menikmati juga.”

Meski demikian, kegiatan *Sunmori* oleh *bikers* tidak berarti mereka tidak memiliki komunitas. Mereka sendiri tergabung dalam suatu komunitas, namun untuk *Sunmori* lebih memilih untuk sendiri atau bersama teman dekat. Hal ini juga diperkuat oleh Faisal yang lebih memilih *solo riding*.

“kalo saya sekarang lebih mengedepankan solo riding dengan alasan saya kalo riding sendiri mudah mudahan tidak mencoreng nama yang lain dalam arti begini kita melihat secara masa, kalo solo riding misalnya pada saat kita melewati suatu area nih kemudian kita ngebut kalo ada warga sekitar lewat paling cuman satu motor lewat “alah siapa sih” cuman kalo kita melakukan mass riding atau riding secara massal kita ngebut sedikit aja atau misalnya selip selipan kita dipandang orang lain “wah apa ini balapan” kita sudah ya gimana oknum yang melakukan tapi yang tercoreng semuanya begitu makanya untuk saat ini saya lebih mengedepankan solo riding karena ikut team team apa gitu isinya cuma kebut kebutan dan membahayakan pengguna jalan lain “.”

Peneliti menilai bahwa dalam kegiatan *Sunmori*, perilaku *bikers* memiliki kesamaan. Faktor keamanan merupakan hal yang belum banyak diprioritaskan, hal ini

karena lebih memilih menggunakan pakaian bermerek mahal sebagai ajang pamer. Disisi lain beberapa *bikers* sudah memilih untuk memprioritaskan faktor keamanan berkendara, atau memang menjadi aturan dalam komunitas untuk lebih menekankan faktor keamanan berkendara bagi anggota-anggotanya.

Peneliti juga dapat mengidentifikasi bahwa dalam kegiatan *Sunmori* lebih cenderung bersama teman atau sendiri. Hal ini karena lebih nyaman dengan teman dekat, sehingga bisa lebih santai dan bercanda ketika berkumpul dalam *Sunmori*. Disisi lain beberapa *bikers* juga memandang bahwa lebih menjaga citra baik bagi komunitasnya. Hal ini karena sering terjadi arogansi pengendara karena merasa berasal dari komunitas tertentu. Meski demikian, baik *Sunmori* sendiri atau bersama teman, mereka tetap ada tergabung dalam komunitas.

2. Pandangan Bikers tentang Gaya Hedonisme

Berkembangnya *bikers* dan komunitas motor, tentu memberikan dampak pada gaya hidupnya. Peneliti menganalisis tentang pandangan *bikers* tentang gaya hidup hedonisme. Gaya hidup ini tentu apabila dilakukan secara berlebih dapat memberikan dampak negatif. Motivasi Hedonis merupakan sebuah motivasi konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk yang didasarkan pada keinginan untuk mengalami kesenangan dan kebahagiaan serta tidak memperhatikan manfaat dari produk yang dibeli (Nuryani & Martini, 2020). Karena lebih cenderung ingin dinilai lebih baik oleh orang lain. Pandangan ini dijelaskan oleh Faisal seperti berikut.

“kita bisa melihat gaya hidup bikers yang pertama dari sosial media kita misalnya kita lagi buka instagram di explore isinya sumori hedon hedonan motor, hedon hedonan parts, bagus bagus apparel jadi yang saya sayangkan adalah nilai asli dari sebuah riding itu hilang karena kegiatan sunmori yang ingin berkompetisi bahwa diri lebih baik dari yang orang lain seperti itu”

Gaya hidup hedonisme di kalangan bikers membuat adanya kompetisi gaya hidup diantara mereka. Hal ini dilakukan dengan *bikers* membeli bagian-bagian tertentu untuk motornya, dan bagus-bagusan pakaian yang digunakan. Hal ini terkadang berasal dari kalangan baru atau anak muda yang sedang menjadi jati diri atau selalu ingin mendapat perhatian. Hal serupa juga dijelaskan oleh Yonathan sebagai berikut.

“kalau saat ini sih di dunia permotoran kalau dibilang buruk ada karena banyak anak komunitas baru, mungkin faktor umur kemudian berpengaruh terhadap gaya hidup yang masih suka kebut kebutan, pamer pasti kan karena pengen dipandang”

Kondisi gaya hidup hedonisme oleh *bikers* ini tentu mengurangi esensi sesungguhnya. Tentu terkadang ini dalam ranah tertentu dapat menjadi konflik antar *bikers*, karena perilaku buruk dari *bikers* yang mengakibatkan pihak lain merasa tersinggung. Seperti dijelaskan sebelumnya hal ini lebih karena adanya faktor umur, mereka yang masih muda tentu masih labil dan lebih ingin dipandang baik. Pernyataan tersebut sejalan dengan yang disampaikan Iqbal sebagai berikut.

“kalo sekarang banyak yang masih pemula-pemula jadi kayak apa ya bisa dibilang masih belum cukup umur untuk motoran tapi mereka pengen kayak udah lama main motor jadi pengen ikut dibilang keren juga dan rata-rata memang semuanya seperti itu jadi istilahnya pengen dilihat lah”

Pandangan bikers juga melihat bahwa pada kegiatan *Sunmori* terdiri dari beberapa kalangan, seperti yang dijelaskan oleh Azis sebagai berikut.

“Bikers saat ini, ya kalau bikers sendiri kan banyak dari berbagai kalangan ya, bawah, menengah dan juga kalangan atas juga sebenarnya banyak yang suka sama dengan kegiatan sunmori, cuman saya lebih suka sama bikers yang mempunyai gaya hidup yang sesuai dengan kalayangan saja, ya ga muluk muluk.”

Peneliti juga dalam hal ini mengidentifikasi tentang modifikasi pada motor dan pakaian yang digunakannya. Hal ini terkait dengan gaya hidup hedonisme yang di satu sisi mereka senang sebagai hobi, tetapi apabila berlebihan dan motivasinya untuk pamer,

cenderung berdampak negatif bagi individu. Yonathan menjelaskan tentang motivasi untuk memodifikasi motornya.

“kalau part modifikasi yang pertama buat performa karena modifikasi di ban juga termasuk penggantian part agar performa motor lebih baik ya kalo apparel agar pengguna lebih safety saat berkendara itu bagaimana sih

Modifikasi dilakukan atas dasar kebutuhan pada kinerja motor itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan kebutuhan fungsional, seperti mengganti ban agar lebih baik dalam hal kecepatan, serta membeli perlengkapan berkendara untuk kepentingan keamanan. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan Iqbal sebagai berikut.

“yang pastinya itu kebutuhan motor yang proper lah dan ga yang berlebihan juga dan kalau dari apparelnya pasti demi keamanan kita juga lah”

Selain hanya faktor kinerja dan keamanan, modifikasi motor juga disesuaikan dengan gaya berkendara *bikers*. Masing-masing *bikers*, memiliki preferensi berkendara yang berbeda-beda. Kebutuhan terhadap performa juga disesuaikan dengan minat dari *bikers* itu sendiri. Perlengkapan yang digunakan juga harus dapat secara maksimal mendukung *bikers* dalam hal keamanan berkendara. Seperti yang dijelaskan oleh Faisal sebagai berikut.

“modifikasi motor alasan saya membeli adalah mencocokkan saya dengan motor dengan riding style saya, dengan riding style saya yang suka nikung nikung otomatis harus ganti ban supaya ban bisa melekat dengan aspal lalu setting suspensi untuk mengurangi getaran pada motor dan bisa mensupport ban supaya tetap menempel pada aspal lalu saya ganti knalpotnya supaya performanya lebih bagus supaya lebih enak dan lebih kencang itu alasan saya memodifikasi motor saya supaya bisa cocok dengan bagaimana saya naik motor lalu untuk apparel alasan saya membeli karena biaya rumah sakit lebih mahal”

Peneliti menilai dari hasil wawancara, bahwa *bikers* memodifikasi motornya dengan alasan lebih mengutamakan kinerja motornya. Alasan ini tentu harus dibuktikan dengan total biaya yang digunakan untuk modifikasi motor. Berdasarkan hasil wawancara

dengan *bikers* peneliti dapat memberikan gambaran mengenai seberapa besar biaya yang digunakan untuk modifikasi motor pada tabel berikut.

Tabel 3.1

Biaya Modifikasi Motor *Bikers*

Nama	Modifikasi	Biaya Apparel	Total Biaya
Faisal	Knalpot,	Full gear merek Dainese	15 Juta
Azis	Knalpot dan lainnya	Apparel alpinestar	30 juta
Yonathan	Ban motor	Helm full face, jaket riding full protector, sarung tangan, sepatu riding, interkom	4 juta
Iqbal	Shock Ohlins	Helm, Jaket, Sepatu Khusus Riding	15 juta
Rakha Ari	Shock Ohlins, Kaliper Brembo p4, Master Rem	Wearpack Alpinestar, Helm Arai rx7x	20 juta

Berdasarkan hasil dari rangkuman wawancara biaya yang digunakan *bikers* sekitar 4 juta sampai dengan 30 juta. Hal ini tentu didasarkan atas dasar hobi dan kebutuhan untuk performa maksimal pada motor serta faktor keamanan pengendara. Modifikasi ini juga tentu dilakukan atas preferensi *bikers* yang diperoleh dari beberapa sumber. Seperti yang dijelaskan Faisal bahwa salah satu yang mempengaruhi modifikasi adalah teman.

“beberapa ada cuma alhamdulillah kalo kayak sunmori sunmori yang tren jaman sekarang kayak memodifikasi part hedon yang menurut saya mubadzir selama ini saya tidak terpengaruh, terpengaruhnya mungkin adalah teman teman yang ngeracunin part part yang cocok dengan saya dalam arti cocok dengan saya dalam

arti cocok dengan saya berkendara misalnya ganti ban lah seperti juga knalpot bagus tapi murah pasti suka keracunan”

Hal ini juga sejalan dengan pendapat Azis yang menjelaskan ada pengaruh teman, tetapi masih dapat disaring mana yang cocok dengan kebutuhan motor sendiri.

“Itu adasih racun-racun seperti itu, ya cuman kalo misal saya cocok dan bisa meningkatkan fungsinya ya kenapa tidak ? tapi kalo semisalnya barangnya terlalu mahal, dan fungsinya ga terlalu meningkatkan juga ya tidak saya beli mas.”

Bikers dalam melakukan modifikasi terkadang dipengaruhi oleh teman. Meski demikian, hal ini masih ditimbang oleh *bikers* mana yang merupakan kebutuhannya dan mana yang hanya sekedar tren. Disisi lain pengaruh teman untuk mendorong melakukan modifikasi pada bagian tertentu diakui ada. Hal ini juga didukung pernyataan Yonathan sebagai berikut.

“kalo mempengaruhi sih pasti cuma saya tetap memfilter itu agar membeli sesuai kebutuhan saja... kalau part modifikasi engga sih cuma kalo tertarik karena melihat aja ada sih cuma ga sampe ada yg beli gitu”

Pernyataan tersebut memberikan gambaran bahwa *bikers* terkadang berminat pada modifikasi tertentu. Meski demikian untuk menentukan apakah akan dimodifikasi atau tidak tergantung dari *bikers* sendiri. Tidak jarang berdasarkan pernyataan tersebut bahwa *bikers* tertarik tetapi tidak membelinya. Pernyataan serupa juga dijelaskan oleh Iqbal sebagai berikut.

“nah emang sih ada beberapa teman yang mempengaruhi untuk membeli parts modif maupun apparel tapi saya coba filtering itu sesuai kebutuhan saya saja.. kalo tertarik pasti tertarik lah ya cuma mungkin itu bisa menjadi motivasi kita untuk bekerja lebih keras dan menabung”

Pengaruh teman, khususnya teman yang dekat atau sesama anggota komunitas tentu menjadi pertimbangan dari *bikers* dalam modifikasi. Hal ini karena adanya komunikasi kelompok pada komunitas *bikers*. Komunikasi kelompok memandang proses

sebagai instrumen yang digunakan kelompok untuk mengambil keputusan dengan menekankan hubungan antara kualitas komunikasi dan kualitas *output* kelompok. Menurut Gurning (2012) komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.

Meskipun ada pengaruh dari teman untuk modifikasi motor, tetapi mereka tetap menyaring pengaruh-pengaruh yang masuk, sehingga masih tahu batasan dalam modifikasi motornya. Pada konteks ini, pengaruh teman sebagai kelompok referensi. Kelompok referensi dijelaskan sebagai kelompok yang memberikan pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon. Kelompok referensi akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang (Sumawarman, 2017).

Dampak dari adanya komunikasi kelompok dalam *bikers* seperti yang dipaparkan dapat menciptakan efek behavioral. Efek behavioral ini muncul pada *bikers* dalam bentuk tindakan atau perilaku yang sesuai dengan apa yang diterima dari sebuah informasi dalam komunitasnya. Efek ini yang dimaksud sebagai pengaruh untuk memodifikasi motor dari *bikers* agar menggunakan part tertentu dari merek tertentu, atau membeli *apparel* tertentu dari merek tertentu.

3.2 Sikap tentang Gaya Hidup Bikers

Seorang individu sangat erat hubungannya dengan sikapnya masing-masing sebagai ciri pribadinya. Sikap pada umumnya sering diartikan sebagai suatu tindakan

yang dilakukan individu untuk memberikan tanggapan pada suatu hal. Pada konteks penelitian ini, sikap tentang gaya hidup bikers menunjukkan bagaimana individu menanggapi gaya hidup *bikers* yang cenderung mengarah pada gaya hidup hedonisme. Hal ini dijelaskan oleh Yonathan sebagai berikut.

“hedonisme pasti berhubungan sama barang barang mahal cuma barang barang mahal kalau yang dilihat dari posisi anak motor mahal karena buat sombong atau mahal karena faktor keamanan *safety*, nah kalau hedon untuk fungsi dan *safety* menurut saya gapapa sih tapi jika hedon buat sombong ga banget sih”

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa *bikers* cenderung memberikan sikap menolak pada gaya hedonisme yang ditunjukkan untuk pamer atau sombong. Meski demikian, apabila itu digunakan untuk meningkatkan fungsi motor agar lebih baik dan meningkatkan faktor keamanan berkendara maka dianggap sebagai hal yang lumrah. Disisi lain pendapat berbeda dijelaskan oleh Iqbal sebagai berikut.

“untuk menyikapinya...yaudahlah ya selagi dia punya uang dan mampu yaudah itu untuk mereka aja gitu dan kalo misalnya kita belum bisa ya secukupnya aja dulu yang penting aman, bisa dipakai dan *safety*”

Pernyataan ini lebih mengarah ke sikap yang tidak peduli dengan apa yang dilakukan oleh *bikers* dalam gaya hidup hedonismenya. *Bikers* lebih menganggap mereka memiliki gaya hidup tersebut karena mereka mampu, dan lebih membandingkan dengan dirinya yang hanya bisa secukupnya. Pernyataan ini juga didukung oleh Rakha Ari sebagai berikut.

“gue sebenarnya enggak masalah karena setiap orang pasti pengen ini itu gue pun pengen ini itu cuma sesuai dengan kemampuan aja gitu, jadi kalau memang dia orangnya mampu bisa beli ya udah, cuman kan kadang yang rada miris liat bocil ngemis ke orang tuanya jaman sekarang kayak gitu yang kadang gue gak suka”

Gaya hidup hedonisme yang dilakukan tentu mendapatkan sikap yang beragam. Disatu sisi ada yang menolak, karena terlalu berlebihan, di sisi lain ada yang lebih tidak

peduli. Sikap *bikers* pada gaya hidup hedonisme dalam hal ini sebagai suatu respons atau reaksi yang muncul atas gaya hidup pamer dalam berkendara. Respons yang menolak artinya *bikers* sebaiknya lebih mementingkan fungsi dan keamanan motor, karena tidak jarang sering terjadi kecelakaan akibat kelalaian pengendara. Disisi lain, respons yang tidak peduli lebih mengarah kepada apa yang dilakukan oleh orang lain menjadi tanggung jawab pihak tersebut.

Berdasarkan paparan mengenai kegiatan *Sunmori*, pandangan *bikers* pada gaya hidup hedonisme dan sikap tentang gaya hidup hedonisme, maka peneliti dalam hal ini dapat memberikan pandangan bahwa gaya hidup hedonisme pada kalangan *bikers* rentan terjadi. Hal ini tentu dapat terdorong karena berbagai hal, seperti dari sisi internal *bikers* memiliki keinginan sendiri untuk meningkatkan fungsi dan kinerja motornya, membeli perlengkapan untuk kepentingan keamanan, atau untuk kepentingan dipamerkan agar terlihat keren serta demi kesenangan *bikers* itu sendiri. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang melakukan aktivitas untuk mencari sebuah kesenangan. Veenhoven (2008) mengatakan individu yang hidup dengan gaya hidup hedonis adalah individu yang memandang secara positif mengenai kesenangan dan akan mengambil atau memanfaatkan sekecil apapun untuk mencapai kesenangan yang diharapkan. Gaya hidup hedonis dapat menjadi adiktif, superfisial, sikap yang tidak bertanggung jawab dan cara berpikir yang egois.

Peneliti dapat memberikan pandangan bahwa kegiatan modifikasi motor baik untuk kebutuhan atau untuk diperlihatkan, keduanya bertujuan untuk mencari kesenangan pada *bikers*. Hal ini merupakan salah satu ciri dari gaya hidup hedonisme. Hal ini sejalan dengan pandangan Sholichah (2018) bahwa gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan

aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup dan aktivitas tersebut berupa menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.



Gambar 3.1

(motor Kawasaki zx25 yang sudah dimodifikasi dengan beberapa part)

Sumber: Dokumentasi Peneliti

3.3 Sikap Bikers pada Fenomena Kontestasi Gaya Hidup pada Kegiatan Sunmori

Hari minggu pagi merupakan salah satu waktu dimana banyak masyarakat yang melakukan berbagai aktivitas. Ada yang jalan-jalan pagi, ada yang bersepeda, membawa hewan peliharaan, dan salah satunya adalah *Sunmori*. *Sunmori* yang juga saat ini marak dilakukan oleh berbagai komunitas motor. Di suatu daerah bahkan, dengan banyak komunitas motor hampir di hari minggu pagi mereka sama-sama melakukan aktivitas *Sunmori*. Karena begitu banyak komunitas *bikers* yang terlibat, kegiatan *Sunmori* ini menjadi arena kontestasi gaya hidup.

Hal ini dijelaskan oleh Faisal tentang kegiatan *Sunmori* yang menjadi kontestasi gaya hidup di kalangan *bikers* sebagai berikut.

“ada, saya merasakan ada sebuah kontestasi gaya hidup dimana ya sekarang kontestasi gaya hidup medianya lewat sosial media “wah ig nya ini nih anak selebgram” dan saya juga merasakan jadi saya juga suka fotografi cuma saya sendiri seminimal mungkin gausah membuat kontroversi yang bikin kontestasi gitulah karena pada akhirnya juga gada gunanya.”

Pendapat serupa juga dijelaskan oleh Azis bahwa terdapat kontestasi gaya hidup pada bikers di Sunmori.

“Jelas ada, karena pengguna bikers atau pelaku sunmori itu pasti menampilkan harta mereka gituloh mas, ketika sunmori itu kita bisa dibilang ya tertarik ya jelas tertariklah, selagi kita mampu ya udah gapapa keluarin aja, kan kita juga beli untuk kita sendiri kok, masalah penilaian mah itu dari orang lain, yang penting kita seneng saja... Ya memang,, saya lihat anak muda sekarang itu udah anak sunmorian semua, rame banget, kadang kita tu rame banget mikir ini anak baru kemaren atau emang anak motor”

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa *Sunmori* dapat memicu kontestasi gaya hidup, dimana media yang digunakan untuk memperlihatkan selain secara langsung juga melalui sosial media. Sosial media saat ini sudah umum digunakan dan menjadi ajang penyebaran informasi. Melalui sosial media ini menjadi ajang pamer di kalangan *bikers*. Lebih lanjut Faisal juga menjelaskan tentang *Sunmori* menjadi ajang kompetisi antar *bikers*.

“Dari kebanyakan bikers saat ini menjadikan sunmori untuk ajang berkompetisi bahwa dirinya lebih baik dari orang lain terbukti karena adanya postingan di media sosial yang menunjukkan apa yang mereka gunakan maupun dari pakaian atau yang mereka gunakan di motor mereka. “dilihat dari... kita bisa melihat gaya hidup bikers yang pertama dari sosial media kita misalnya kita lagi buka instagram di explore isinya sunmori hedon hedonan motor, hedon hedonan parts, bagus bagus apparel jadi yang saya sayangkan adalah nilai asli dari sebuah riding itu hilang karena kegiatan sunmori yang ingin berkompetisi bahwa diri lebih baik dari yang orang lain seperti itu“”

Kontestasi di kalangan *bikers* juga tidak terlepas dengan gaya hidup hedonisme. *Bikers* memperlihatkan mengenai motor yang dimiliki, modifikasi dengan part tertentu dengan merek mahal, dan penggunaan *apparel* dari merek-merek yang juga mahal. Hal ini tentu membuat esensi dari *Sunmori* menjadi hilang dengan adanya pamer gaya hidup di antara *bikers* tertentu.

Keinginan untuk tampil lebih baik dari *bikers* lain juga menjadi motivasi dalam *Sunmori*.

Seperti yang dijelaskan oleh Yonathan sebagai berikut.

“perlombaan gaya hidup.. kalau ini belum merasakan jauh banget lebih ke ajang perlombaan”

Perlombaan yang dimaksud adalah seberapa mahal barang-barang yang digunakan oleh *bikers*. Hal ini seperti *part* motor yang digunakan, disisi lain bisa saja menggunakan dengan merek standar, tetapi mereka membeli *part* yang mahal dan merupakan keluaran luar negeri seperti Jepang, Itali atau negara Eropa lainnya yang terkenal bagus tetapi harganya mahal. Tentu ini mendorong ke arah perlombaan mana motor yang menggunakan *part* mahal.

Pernyataan serupa juga dijelaskan oleh Iqbal sebagai berikut.

“untuk saat ini kalau menurut saya iyasih, apalagi jaman social media gini sih bisa jadi ajang seperti yang tadi anda bilang dari pakaian seperti hoodie branded”

Kontestasi gaya hidup juga bukan dalam barang-barang yang terkait dengan motor. Iqbal menjelaskan bahwa terkadang kegiatan *Sunmori* juga *bikers* menggunakan baju atau hoodie dari merek-merek tertentu yang harganya bisa sangat mahal. Hal ini tentu bisa menjadi ajang pamer pakaian yang digunakan. Didukung adanya sosial media, *bikers* dapat foto dan kemudian mempostingnya di media sosialnya dengan harapan banyak orang melihat dan disitulah mereka merasa senang. Kegiatan pamer dalam *Sunmori* juga disesalkan oleh Rakha Adi sebagai berikut.

“kalo menurut gua tergantung hedonnya mana dulu, kan ada orang asal beli parts tapi cuma buat keren-kerenan aja tapi dia gak tau manfaatnya kalau gue pasti modif itu yang gue liat fungsinya dulu maksudnya lebih ke ini Itu buat apa sih gitu, ngaruh ke performance nggak selain looks ya kalau hedon udah pasti looks-nya keren cuma kan balik lagi lu kegunaannya buat apa lu buat harian doang, buat hari Minggu doang, buat apa sampai kayak gitu, kan nggak perlu. ya sebenarnya kayak misalnya ya beda bedalah orang misal cuma buat sunmori kayak harusnya begini tuh hedon-nya cukup tapi ada yang suka touring mungkin harus yang lebih istilahnya durability harus lebih kuat gitu kan.”

Pamer-pamer yang ada dengan bagian motor yang mahal tanpa tahu fungsinya sangat disesalkan. *Bikers* yang tidak mengetahui fungsi dari modifikasi motor yang hanya untuk pamer semata tidak memiliki manfaat. Pernyataan Rakha Ari lebih mengarahkan pada modifikasi yang memiliki fungsi dan *durability* yang baik, sehingga motor dapat meningkatkan fungsi dan performanya.

Tak jarang aktivitas *Sunmori* juga menjadi ajang mencari perhatian, dan unjuk performa motor yang dilakukan di jalanan umum. Mengutip dari motorplus-online.com, kumpul-kumpul dalam *Sunmori* berubah menjadi aktivitas yang negatif. Hal ini disebabkan oleh rombongan *bikers* yang memanfaatkan jalan yang sepi sebagai ajang balapan. Adu kencang dan saling pamer motor di jalan umum dapat membahayakan pengguna jalan. Karena adanya hal tersebut, beberapa kali insiden kecelakaan terjadi (motorplus-online.com, 2021).

Peneliti dapat memberikan pandangan bahwa kontestasi gaya hidup *bikers* dalam kegiatan *Sunmori* dapat memberikan efek positif dan negatif. Efek positif dalam hal ini adanya pertukaran informasi, khususnya terkait dengan motor dan terkadang adanya jual beli *spare part* motor, helm, dan aksesorisnya. *Sunmori* juga sebagai aktivitas untuk menetralkan pikiran setelah sepekan penuh menghadapi kehidupan formal seperti kuliah, sekolah, dan bekerja.

Efek negatif dari kontestasi gaya hidup dilakukan oleh *bikers* atau komunitas yang kurang bertanggung jawab. Hal ini karena untuk memarkan arogansinya, memamerkan performa motor, dan membahayakan pengguna jalan lain. Hal ini tentu menjadi aktivitas yang perlu dihindari karena dapat membahayakan.

Kontestasi gaya hidup juga dipengaruhi oleh berkembangnya media sosial. Saat ini banyak *bikers* pemilik akun yang mempopsting berbagai aktivitas kegiatan *Sunmori*. Hal ini tentu mendorong orang yang melihatnya menjadi ingin seperti yang ditampilkan.

3.4 Pembahasan → Untuk hasil penelitian diuraikan berdasarkan Komunikasi Kelompok. Bukan kepada hedonisme-nya

1. Pembahasan Komunikasi Kelompok Bikers Sunmori di Yogyakarta

Konsep *bikers* tergabung dalam suatu kelompok menunjukkan kedekatan dengan teori komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok adalah interaksi tatap muka dari tiga individu atau lebih, yang sudah diketahui tujuan sebelumnya, seperti berbagai informasi, peliharaan diri, pemecahan masalah, yang anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota kelompok lainnya (Mudjiono, 2014). Keterkaitan hasil penelitian ini dengan teori komunikasi kelompok karena pada dasarnya *bikers* memiliki komunitas atau kelompok organisme yang hidup dan saling berinteraksi untuk kesamaan hobi yang sama. Komunitas *bikers* di Yogyakarta terbentuk karena para anggotanya memiliki kesamaan pada motor *sport* atau motor dengan kapasitas mesin yang besar. Banyak kegiatan yang dilakukan oleh komunitas ini seperti *Sunmori*, *touring*, *Kopdar*, dan kegiatan lain secara bersama-sama.

Kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama membentuk pola komunikasi kelompok pada komunitas *bikers*. Pola komunikasi kelompok adalah bagaimana menyampaikan informasi ke seluruh bagian kelompok dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian kelompok. Pengertian pola di sini adalah saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain. Peranan individu dalam organisasi ditentukan oleh hubungan antara satu individu dengan individu lainnya. Hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dan jaringan komunikasi.

Menurut Gurning (2012: 3) bahwa terdapat lima ciri dalam komunikasi kelompok. Ciri-ciri yang ada pada komunitas *bikers* dalam kegiatan *Sunmori* di Yogyakarta juga sesuai dengan teori tersebut, yaitu:

1. Komunikasi dilakukan dengan tatap muka

Pada komunitas motor yang ada di Yogyakarta, komunikasi dilakukan dengan tatap muka. Hal ini dilakukan karena adanya kegiatan dari komunitas motor yang dilakukan secara bersama-sama. Kegiatan seperti *touring*, *Kopdar*, dan *Sunmori* merupakan kegiatan yang paling sering dilakukan. Pada kegiatan tersebut satu sama lain antar anggota berkomunikasi dengan tatap muka. Hal ini juga mendukung hasil penelitian Wulandari (2012) bahwa dalam klub motor terjadi aktivitas yang dilakukan secara bersama-sama yang didalamnya menimbulkan komunikasi kelompok.

2. Kelompok memiliki sedikit partisipan

Pada komunitas motor yang ada di Yogyakarta terdiri dari berbagai kelompok atau komunitas. Hal ini berkaitan dengan daya tarik masing-masing *bikers* pada jenis kendaraan atau latar belakang yang dimiliki. Hal ini membuat masing-masing komunitas tidak memiliki anggota yang banyak. Hal ini juga dapat dilihat pada hasil wawancara bahwa dalam melakukan kegiatan baik *Sunmori* atau *Kopdar*, *bikers* lebih suka terlibat dalam kelompok yang lebih kecil. Hasil ini juga mendukung hasil penelitian Heriawan (2016) bahwa ketertarikan yang spesifik pada kendaraan membuat komunitas scooter vespa di Wonogiri tidak terlalu banyak. Meski demikian jumlah yang sedikit membuat anggota dalam komunitas memiliki solidaritas yang sangat kuat.

3. Seorang pemimpin bertanggung jawab mengarahkan kelompok

Komunitas memiliki pimpinan yang biasanya bertugas menjadi koordinator dalam setiap kegiatan. Adanya pimpinan membuat *bikers* dalam komunitas memiliki perilaku yang terkendali, sehingga dapat mencegah perbuatan-perbuatan tercela ketika berkendara. Hal ini sejalan dengan Heriawan (2016) bahwa kelompok bekerja di bawah arahan seorang pemimpin. Pemimpin dalam komunitas juga tidak sama dengan pemimpin pada umumnya, peneliti menemukan bahwa pemimpin dalam *bikers* di Yogyakarta merupakan sosok yang lebih fleksibel, hal ini dikarenakan dalam komunitas di Yogyakarta bukan merupakan organisasi yang kompleks.

4. Pembagian tujuan dan sasaran dalam kelompok dilakukan secara bersama

Berkaitan dengan paparan sebelumnya, adanya pimpinan dan kegiatan dalam komunitas motor tentu masing-masing anggota ada yang diberikan peran. Hasil temuan pada *bikers* di Yogyakarta menunjukkan bahwa masing-masing anggota sering dilibatkan untuk mengurus suatu hal untuk kepentingan bersama.

5. Anggota kelompok saling mempengaruhi satu sama lain

Peneliti menemukan bahwa terdapat dua kemungkinan pengaruh dalam komunitas *bikers* di Yogyakarta. Seperti dalam wawancara tidak jarang anggota dalam komunitas terpengaruh dalam hal modifikasi motor atau *apparel* yang digunakan. Ini merupakan dampak dari saling mempengaruhi dalam anggota kelompok yang ada sesama *bikers*. Hasil penelitian juga mengungkap bahwa sesama anggota dalam komunitas memiliki prinsip-prinsip tertentu, khususnya terkait dengan berkendara secara aman. Perilaku tersebut merupakan salah satu pengaruh dari sesama anggota dalam komunitas.

Berdasarkan paparan terkait komunitas *bikers* di Yogyakarta, hal ini menunjukkan bahwa dalam interaksi komunitas *bikers* memiliki kesesuaian dengan teori komunikasi kelompok. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yaitu Heriawan (2016)

bahwa dalam komunitas scooter “vespa” memiliki pola komunikasi kelompok. Hasil penelitian lain yang sejalan juga yaitu Wulandari (2012) terkait dengan komunikasi dalam komunitas klub motor menggunakan pola komunikasi kelompok.

Pada aspek kontestasi gaya hidup bikers komunikasi kelompok yang terjadi masuk dalam kategori kelompok kecil. Shaw (1976) menjelaskan bahwa komunikasi kelompok kecil adalah suatu kelompok individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peranan, terikat satu sama lain dan berkomunikasi tatap muka. Jika salah satu komponen ini hilang individu yang terlibat tidaklah berkomunikasi dalam kelompok kecil. Pada konteks bikers karena adanya hobi yang sama maka mereka satu sama lain dapat mempengaruhi terkait dengan kebutuhan bikers, melakukan interaksi yang kebanyakan terkait dengan pembicaraan kendaraan motor, satu sama lain memiliki peran seperti anggota dan koordinator saat melakukan *riding* bersema, dan adanya tatap muka langsung ketika berkumpul sambil melakukan Sunmori.

Kelompok kecil dalam bikers yang melakukan Sunmori di Yogyakarta memiliki tujuan dalam membangun hubungan sosial. Manusia tidak dapat hidup tanpa dukungan sosialnya, dalam hal ini adanya kesamaan hobi dan minat membuat anggota bikers mencari kelompok untuk membangun hubungan. Muhammad (2011) menjelaskan bila berkumpul pada kelompok kecil untuk tujuan hubungan sosial, tujuan kita adalah memperkuat hubungan interpersonal dan menaikkan kesejahteraan. Kelompok-kelompok yang demikian memenuhi kebutuhan interpersonal kita untuk kasih sayang dan merasa di ikutsertakan.

Pada kelompok kecil dalam konteks bikers mempunyai empat komponen dasar yaitu *input* atau masukan proses, *output* atau hasil dari balikan. Masukan, merupakan materi

mentah dalam kelompok kecil seperti orang, informasi yang digunakan kelompok untuk berinteraksi. Orang atau anggota kelompok adalah masukan karena tiap orang dalam kelompok membawa kualitas tertentu seperti kepribadian, umur, kesehatan, pengetahuan, sikap, nilai dan kemampuan memecahkan masalah. Proses, menunjukkan kepada semua proses internal yang terjadi dalam kelompok selama diskusi. Hasil, merupakan keputusan atau penyelesaian yang dicapai oleh kelompok. Balikan, berisi respon yang mengikat system bersama. Balikan memberikan masukan untuk pertemuan kelompok masa akan datang (Muhammad, 2011).

Bikers Sunmori di Yogyakarta yang masuk dalam kategori kelompok kecil juga memiliki karakteristik. Muhammad (2011) menjelaskan bahwa dalam kelompok kecil lebih mudah dalam melakukan pertemuan ramah tamah. Bikers dapat secara rutin bertemu baik dalam kegiatan Sunmori atau kopdar di hari-hari lainnya. Selain itu, kelompok kecil memiliki kekompakan yang baik, hal ini terbukti dengan saling membantu bikers ketika terjadi masalah dalam kendaraannya atau mogok. Disisi lain, dalam kelompok bikers, dengan anggota yang relatif sedikit memiliki komitmen terhadap tugas yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dalam mengadakan gathering atau Sunmori, dimana ada yang diberikan tugas tertentu untuk menunjang kegiatan akan dilakukan secara maksimal.

Bikers sebagai bagian gaya hidup suatu kelompok yang tergabung karena kesamaan hobi tidak terlepas dari perilaku gaya hidup hedonisme. Menurut Levan`s & Linda (2003) gaya hidup hedonis adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktivitas, minat maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup. Peneliti dalam pembahasan mengenai gaya hidup hedonisme pada bikers dapat melihat bahwa tujuan adanya bikers saat *Sunmori* memiliki tujuan untuk kesenangan. *Sunmori* sendiri dilakukan oleh *bikers*

karena memiliki kesamaan minat pada otomotif sepeda motor, dan meluangkan waktu pada akhir pekan, khususnya untuk hari minggu untuk mencari kesenangan dengan berkendara. Perilaku *bikers* saat *Sunmori* termasuk dalam gaya hidup hedonisme, karena tujuan dari kegiatan tersebut adalah mencari kesenangan hidup.

Merujuk pada teori jaringan, gaya hidup *bikers* juga muncul karena adanya akibat interaksi dari individu dalam suatu kelompok. Individu yang bergabung dalam suatu kelompok tertentu akan mengikuti perilaku dari kelompoknya sebagai penyesuaian agar diterima dalam kelompok tersebut. Konsep jaringan dalam hal ini berkaitan dengan terbentuknya kelompok karena adanya jaringan yang menghubungkan antara satu individu yang lain sehingga bisa terbentuk sebuah kelompok sosial.

Berbeda dengan teori komunikasi kelompok yang mengedepankan interaksi antar sesama anggota dalam komunitas. Pada teori jaringan hubungan antara anggota mencerminkan adanya harapan peran dari masing-masing anggota. Anggota dalam komunitas *bikers* berdasarkan temuan penelitian menunjukkan adanya keinginan untuk saling bertukar informasi, pengakuan dari anggota dalam komunitas, dan berbagai manfaat apabila tergabung dalam komunitas. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan Suparlan (1998) bahwa peran sangat penting dalam membangun hubungan antar sesama anggota dalam komunitas, sehingga dapat menyadarkan bahwa dia merupakan bagian dari anggota kelompok tersebut. Hasil ini juga sejalan dengan Agusyanto (2007: 14) bahwa hubungan sosial diibaratkan seperti sebuah jalur yang menghubungkan antara satu titik (individu) dengan individu yang lain dimana dalam jalur tersebut bisa dialirkan sesuatu.

Pendapat mengenai aspek gaya hidup hedonisme menurut Wells & Tigerst (Engel et al., 1994) mengembangkan konsep AIO (*Activity, Interest, and Opinion*). Peneliti

menggunakan konsep AIO untuk mengungkap mengenai gaya hidup hedonisme di kalangan bikers saat *Sunmori* berdasarkan hasil dengan wawancara dengan lima narasumber. Berikut merupakan aspek dari AIO pada bikers.

1. *Activity* (Aktivitas)

Aspek ini merupakan tindakan nyata yang dapat diamati. Pada pengukuran ini, aktivitas lebih ditujukan pada alasan-alasan untuk melakukan suatu tindakan. Pada bikers, alasan mengikuti kegiatan *Sunmori* memiliki beragam motivasi.

Kegiatan *Sunmori* menurut pendapat *bikers* dijelaskan sebagai suatu hiburan. Hiburan dalam hal ini berkaitan dengan menghabiskan waktu di akhir pekan sambil menikmati suasana pagi hari dan berkumpul bersama teman atau komunitas. *Sunmori* dilakukan karena di hari normal mereka melakukan aktivitas atau bekerja. *Sunmori* sebagai salah satu ajang *refreshing*, yang banyak dilakukan oleh kalangan anak muda sampai orang dewasa. Kegiatan yang dilakukan bukan termasuk yang negatif seperti kebut-kebutan, melainkan hanya untuk menyalurkan hobi otomotif sepeda motor yang kemudian dilakukan bersama dengan komunitas atau sendiri.

Mengenai gaya hidup hedonisme dalam *Sunmori* terdapat pergeseran makna. Hasil penelitian menjelaskan bahwa jika dulu *Sunmori* dilakukan oleh komunitas motor sekedar berkeliling menikmati udara pagi, saat ini maknanya lebih ke arah berkumpul bersama sambil memperlihatkan motor yang dikendarai kepada orang lain atau temannya. Memperlihatkan motor ke teman lain untuk dilihat lebih baik motor siapa, atau lebih bagus motor siapa, dalam hal ini kegiatan *Sunmori* mengalami pergeseran dari hanya menikmati jalanan pagi hari ke arah memamerkan kendaraan yang ditunggangi.

Perilaku tentang pamer kendaraan ketika *Sunmori* memang bukan merupakan hal yang dilakukan oleh setiap bikers, melainkan terdapat beberapa oknum yang

melakukannya. Perilaku pamer ini tentu mendorong adanya perilaku konsumtif oleh bikers. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh Kotler & Armstrong (2018) bahwa gaya hidup salah satu yang mendorong perilaku konsumtif. Gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola kehidupannya yang dicerminkan melalui kegiatan, minat, dan opininya dalam berinteraksi di lingkungan di sekitarnya.

Pendapat serupa dijelaskan oleh Hawkins et al. (1980) bahwa gaya hidup yang dianut oleh seseorang berpengaruh terhadap kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Hasil penelitian juga menjelaskan bahwa banyak dalam kegiatan *Sunmori* yang ingin dibilang keren. Hal ini mendorong mereka untuk memodifikasi motor agar dilihat lebih baik. Dorongan untuk modifikasi muncul tentu karena muncul kebutuhan dan keinginan agar tampil lebih maksimal ketika *Sunmori* dan dimata komunitas.

Motif dari modifikasi juga muncul karena ada dorongan oleh teman atau lingkungan. Hal ini sejalan dengan Anggraini dan Santhoso (2017) yang menjelaskan gaya hidup seseorang akan memengaruhi kebutuhan, keinginan dan perilaku membeli orang lain dalam kelompok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *bikers* dalam modifikasi motor atau membeli perlengkapan berkendara termotivasi oleh teman atau lingkungannya. Motivasi dari teman di lingkungan *bikers* biasanya disebut dengan istilah “racun”, yang bermakna bahwa individu atau kelompok memberikan pengaruh pada keputusan pembelian produk modifikasi atau produk perlengkapan berkendara *bikers*.

Kesimpulan pada aspek aktivitas terkait dengan gaya hidup *bikers* pada saat *Sunmori* yaitu terungkap bahwa secara umum *bikers* ketika *Sunmori* terdapat perilaku gaya hidup hedonisme. Hal ini didasarkan atas tujuan dilakukan *Sunmori* untuk mencari

kesenangan, setelah melalui aktivitas formal pada saat weekday. *Sunmori* juga memiliki aktivitas untuk berkumpul serta melihat perbandingan kendaraan yang digunakan, serta muncul perilaku pamer sehingga setiap *bikers* ingin tampil lebih maksimal. Hal tersebut yang mendorong *bikers* melakukan keputusan modifikasi dan pembelian produk perlengkapan berkendara akibat pengaruh individu atau kelompok.

2. *Interest (Minat)*

Aspek ini merupakan tingkat kesenangan yang timbul secara khusus dan membuat orang tersebut memperhatikan terhadap obyek, peristiwa atau topik tertentu. Pada kasus *bikers* saat *Sunmori* mereka memiliki kesamaan minat tentang otomotif, khususnya sepeda motor. Minat dapat muncul terhadap suatu objek peristiwa atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan hidup (Thamrin & Saleh, 2021). Minat pada *bikers* dapat dilihat melalui pembelian produk-produk untuk modifikasi motor dan perlengkapan berkendara dengan merek-merek yang memiliki harga mahal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme di kalangan *bikers* membuat adanya kompetisi gaya hidup diantara merek. Hal ini dilakukan dengan *bikers* membeli bagian-bagian tertentu untuk motornya, dan bagus-bagusan pakaian yang digunakan. Kondisi gaya hidup hedonisme oleh *bikers* terkadang membuat mereka mengkonsumsi suatu produk yang didasarkan pada keinginan untuk mengalami kesenangan dan kebahagiaan serta tidak memperhatikan manfaat dari produk yang dibeli.

Peneliti juga dalam hal ini mengidentifikasi tentang modifikasi pada motor dan pakaian yang digunakannya. Hal ini terkait dengan gaya hidup hedonisme yang di satu sisi mereka senang sebagai hobi, tetapi apabila berlebihan dan motivasinya untuk pamer, cenderung berdampak negatif bagi individu. Hal ini sejalan dengan pendapat Anggraini & Santhoso (2017) bahwa perilaku hedonisme mengarah ke sisi negatif, yaitu perilaku

konsumtif yang berlebihan. Tentu terkadang ini dalam ranah tertentu dapat menjadi konflik antar *bikers*, karena perilaku buruk dari *bikers* yang mengakibatkan pihak lain merasa tersinggung. Seperti dijelaskan sebelumnya hal ini lebih karena adanya faktor umur, mereka yang masih muda tentu masih labil dan lebih ingin dipandang baik.

Pada aspek minat, sesama *bikers* tentu memiliki kesamaan minat tentang otomotif sepeda motor. *Bikers* dalam hal ini tentu melakukan interaksi dengan teman atau individu dalam suatu kelompok (komunitas motor) tertentu. *Bikers* dalam hal ini tentu menjalankan fungsi komunikasi, dimana mereka saling bertukar informasi tentang minat serupa. Hal ini bisa mendorong kepada selera, pembelian, dan perilaku lainnya. Komunikasi *bikers* dalam hal ini dapat memberikan efek kognitif, afektif, dan *behavioral*.

1. Efek kognitif

Efek kognitif adalah efek yang timbul pada komunikan yang bersifat informatif bagi dirinya sehingga yang awalnya tidak tahu menjadi tahu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya kegiatan *Sunmori* dan bisa bertemu dengan individu atau kelompok dengan minat yang sama dapat bertukar informasi. Sebagai contoh, berdasarkan hasil wawancara menunjukkan terkadang ada saling tukar informasi mengenai *part* motor, tetapi *bikers* sendiri masih bisa melihat kecocokan dengan fungsi dari *part* tersebut untuk digunakan atau tidak.

Bikers dalam hal ini menilai informasi dengan kemampuan dan selera dari gaya yang ingin ditampilkan oleh motornya. Meski demikian, informasi itu memberikan manfaat pada pengetahuan *bikers* meskipun tidak langsung terpengaruh untuk menyesuaikan dengan informasi tersebut. Informasi juga diperoleh *bikers*

tentang cara-cara merawat motor, bengkel mana yang bagus, atau informasi lain yang dapat memberikan pengetahuan yang berguna bagi *bikers*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antara *bikers* dengan individu atau kelompok memberikan efek kognitif. Komunikasi jenis ini membuat *bikers* yang sebelumnya tidak mengetahui suatu informasi menjadi tahu sesuatu.

2. Efek afektif

Efek afektif memiliki kadar efek yang lebih tinggi dari kognitif bukan hanya sekedar mendapatkan informasi namun komunikan akan merasakan emosional sesuai apa yang ia dapat dari informasi yang telah ia terima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Bikers* dalam melakukan modifikasi terkadang dipengaruhi oleh teman. Meski demikian, hal ini masih ditimbang oleh *bikers* mana yang merupakan kebutuhannya dan mana yang hanya sekedar tren. Disisi lain pengaruh teman untuk mendorong melakukan modifikasi pada bagian tertentu diakui ada.

Komunikasi jenis afektif ini cenderung lebih emosional dan lebih mendorong *bikers* untuk mengikutinya. Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa *bikers* terkadang berminat pada modifikasi tertentu. Meski demikian untuk menentukan apakah akan dimodifikasi atau tidak tergantung dari *bikers* sendiri. Tidak jarang berdasarkan pernyataan tersebut bahwa *bikers* tertarik tetapi tidak membelinya.

Pengaruh teman, khususnya teman yang dekat atau sesama anggota komunitas tentu menjadi pertimbangan dari *bikers* dalam modifikasi. Hal ini karena adanya komunikasi kelompok pada komunitas *bikers*. Komunikasi kelompok memandang proses sebagai instrumen yang digunakan kelompok untuk mengambil keputusan dengan menekankan hubungan antara kualitas komunikasi dan kualitas

output kelompok. Menurut Gurning (2012) komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.

3. Efek *behavioral*

Efek *behavioral* adalah efek yang muncul pada diri komunikan dalam bentuk tindakan atau perilaku sesuai apa yang ia terima dari sebuah informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *bikers* yang terpengaruh oleh komunikasi atau informasi dari individu dan kelompok. Pada konteks ini, pengaruh teman sebagai kelompok referensi. Kelompok referensi dijelaskan sebagai kelompok yang memberikan pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon. Kelompok referensi akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang (Sumawarman, 2017).

Dampak dari adanya komunikasi kelompok dalam *bikers* seperti yang dipaparkan dapat menciptakan efek *behavioral*. Efek *behavioral* ini muncul pada *bikers* dalam bentuk tindakan atau perilaku yang sesuai dengan apa yang diterima dari sebuah informasi dalam komunitasnya. Efek ini yang dimaksud sebagai pengaruh untuk memodifikasi motor dari *bikers* agar menggunakan part tertentu dari merek tertentu, atau membeli *apparel* tertentu dari merek tertentu.

3. *Opinion (Opini/Pendapat)*

Aspek ini merupakan respon seseorang baik secara lisan maupun tulisan terhadap stimulus yang muncul. Opini yang dimaksudkan sebagai yang dipikirkan tentang dirinya dan dunianya. Sebagai contoh, dengan menggunakan part modifikasi atau *apparel* merek tertentu dengan harga yang mahal maka seorang *bikers* akan dikatakan keren. Peneliti mengamati dari hasil penelitian bahwa sebagian besar narasumber tentu menolak tentang perilaku gaya hidup hedonisme di kalangan *bikers*, tetapi apa yang mereka lakukan cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonisme.

2. **Pembahasan Bikers dalam Menyikapi Kontestasi Gaya Hidup Saat Melakukan Kegiatan Sunmori**

Pembahasan ini menjelaskan mengenai *bikers* dalam menyikapi gaya hidup saat melakukan Sunmori. Kontestasi terjadi karena adanya pihak yang tidak sepakat atau pertentangan (Suparno, 2010). Pada konteks *bikers* saat melakukan *Sunmori*, terdapat banyak individu dan komunitas yang masing-masing membawa motornya. Selain itu adanya keramaian membuat *bikers* senang memperlihatkan kendaraan dan aksesoris yang mereka miliki. *Sunmori* dapat memicu adanya kontestasi gaya hidup, didukung dengan adanya media sosial sebagai ajang memperlihatkan apa yang *bikers* miliki di dunia maya.

Tidak jarang aktivitas *Sunmori* juga menjadi ajang mencari perhatian, dan unjuk performa motor yang dilakukan di jalanan umum. Mengutip dari motorplus-onlin.com, kumpul-kumpul dalam *Sunmori* berubah menjadi aktivitas yang negatif. Hal ini disebabkan ulah rombongan *bikers* yang memanfaatkan jalan yang sepi sebagai ajang balapan. Adu kencang dan saling pamer motor di jalan umum dapat membahayakan pengguna jalan. Karena adanya hal tersebut, beberapa kali insiden kecelakaan terjadi (motorplus-online.com, 2021).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Sunmori dapat memicu kontestasi gaya hidup, dimana media yang digunakan untuk memperlihatkan selain secara langsung juga melalui sosial media. Sosial media saat ini sudah umum digunakan dan menjadi ajang penyebaran informasi. Melalui sosial media ini menjadi ajang pamer di kalangan *bikers*. Kondisi ini memicu adanya perlombaan mengenai seberapa mahal barang-barang yang digunakan oleh *bikers*. Barang tersebut meliputi *spare part*, *apparel*, dan jenis motor itu sendiri. Tentu hal ini mendorong *bikers* untuk saling berlomba-lomba mengenai seberapa mampu mereka untuk membeli barang-barang mahal untuk motornya.

Kontestasi di kalangan *bikers* juga tidak terlepas dengan gaya hidup hedonisme. *Bikers* memperlihatkan mengenai motor yang dimiliki, modifikasi dengan *part* tertentu dengan merek mahal, dan penggunaan *apparel* dari merek-merek yang juga mahal. Hal ini tentu membuat esensi dari *Sunmori* menjadi hilang dengan adanya pamer gaya hidup di antara *bikers* tertentu. Pamer-pamer yang ada dengan bagian motor yang mahal tanpa tahu fungsinya sangat disesalkan. *Bikers* yang tidak mengetahui fungsi dari modifikasi motor yang hanya untuk pamer semata tidak memiliki manfaat.



Gambar 3.2
(bikers yang mengendarai motor yang sudah dimodifikasi serta menggunakan apparel lengkap)

Sumber: Instagram @haraldarkan

Pandangan-pandangan *bikers* terhadap perilaku yang dilakukan mengarah pada gaya hidup hedonisme. Pandangan bikers yang ingin tampil maksimal dan mendapat pengakuan memberikan kesenangan terhadap dirinya sendiri. Hal ini mungkin mendorong mereka melakukan keputusan pada modifikasi dan pembelian *apparel* secara berlebihan untuk mendukung pengakuan tersebut. Hasil ini mendukung penelitian Wijaya (2017) bahwa individu cenderung senang dengan opini orang lain yang baik terhadapnya, opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi.

Bikers lebih menganggap mereka memiliki gaya hidup tersebut karena mereka mampu, dan lebih membandingkan dengan dirinya yang hanya bisa secukupnya. Hasil

penelitian juga menunjukkan bahwa *bikers* ada yang menolak, karena terlalu berlebihan, di sisi lain ada yang lebih tidak peduli. Sikap *bikers* pada gaya hidup hedonisme dalam hal ini sebagai suatu respons atau reaksi yang muncul atas gaya hidup pamer dalam berkendara. Respons yang menolak artinya *bikers* sebaiknya lebih mementingkan fungsi dan keamanan motor, karena tidak jarang sering terjadi kecelakaan akibat kelalaian pengendara. Disisi lain, respons yang tidak peduli lebih mengarah kepada apa yang dilakukan oleh orang lain menjadi tanggung jawab pihak tersebut.

Peneliti dapat memberikan pandangan bahwa kontestasi gaya hidup *bikers* dalam kegiatan *Sunmori* dapat memberikan efek positif dan negatif. Efek positif dalam hal ini adanya pertukaran informasi, khususnya terkait dengan motor dan terkadang adanya jual beli *spare part* motor, helm, dan aksesorinya. *Sunmori* juga sebagai aktivitas untuk menetralkan pikiran setelah sepekan penuh menghadapi kehidupan formal seperti kuliah, sekolah, dan bekerja. Efek negatif dari kontestasi gaya hidup dilakukan oleh *bikers* atau komunitas yang kurang bertanggung jawab. Hal ini karena untuk memamerkan arogansinya, memamerkan performa motor, dan membahayakan pengguna jalan lain. Hal ini tentu menjadi aktivitas yang perlu dihindari karena dapat membahayakan.

Berdasarkan penjelasan di atas, sikap sebagai keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap aktivitas *Sunmori* yang dilakukan *bikers* memiliki sikap apatis. Apatitis merupakan sikap tak acuh terhadap segala sesuatu yang terjadi di sekitar. *Bikers* dalam kegiatan *Sunmori* dengan adanya kontestasi hidup yang nyata dirasakan itu merupakan hak mereka. Meskipun, beberapa dari *bikers* merasa bahwa kontestasi gaya hidup yang cenderung negatif memiliki efek negatif. Kontestasi gaya hidup di kalangan *bikers* yang terjadi sejalan dengan Sumarwan (2011)

yang merupakan jenis dari gaya *experientals*, yang mana gaya hidup jenis ini lebih cenderung membelanjakan sejumlah uang diatas rata-rata untuk kepentingan barang-barang hiburan, hobi, dan kesenangan (*convinience*).



BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Komunitas *bikers* di Yogyakarta terbentuk karena para anggotanya memiliki kesamaan pada motor *sport* atau motor dengan kapasitas mesin yang besar. Banyak kegiatan yang dilakukan oleh komunitas ini seperti *sunmori*, *touring*, *kopdar*, dan kegiatan lain secara bersama-sama. Kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama membentuk pola komunikasi kelompok pada komunitas *bikers*. Pola komunikasi kelompok adalah bagaimana menyampaikan informasi ke seluruh bagian kelompok dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian kelompok.

Berdasarkan pembahasan diatas, peneliti menarik kesimpulan bahwa gaya hidup *bikers sunmori* di Yogyakarta terungkap bahwa secara umum *bikers* ketika *Sunmori* terdapat perilaku gaya hidup hedonisme. Hal ini didasarkan atas tujuan dilakukan *Sunmori* untuk mencari kesenangan, setelah melalui aktivitas formal pada saat *weekday*. *Sunmori* juga memiliki aktivitas untuk berkumpul serta melihat perbandingan kendaraan yang digunakan, serta muncul perilaku pamer sehingga setiap *bikers* ingin tampil lebih maksimal. Hal tersebut yang mendorong *bikers* melakukan keputusan modifikasi dan pembelian produk perlengkapan berkendara akibat pengaruh individu atau kelompok. Perilaku tentang pamer kendaraan ketika *Sunmori* memang bukan merupakan hal yang dilakukan oleh setiap *bikers*, melainkan terdapat beberapa oknum yang melakukannya. Perilaku pamer ini tentu mendorong adanya perilaku konsumtif oleh *bikers*.

Sunmori dianggap telah menjadi bagian dari gaya hidup oleh sebagian *bikers* di Yogyakarta. Hal tersebut didasari oleh teori gaya hidup AIO (*activity, interest, opinion*) disebutkan bahwa alasan *bikers* untuk mengikuti kegiatan *sunmori* ;

- a. *Sunmori* dianggap telah menjadi suatu hiburan oleh para *bikers*
- b. Ingin memperlihatkan part-part modifikasi pada motornya saat *Sunmori*
- c. Merasa bangga jika mempunyai part atau apparel mewah

Sunmori kini dianggap oleh sebagian *bikers* adalah salah satu acara mingguan yang wajib untuk diikuti karena *Sunmori* bisa dijadikan sarana untuk *refreshing* dengan mengendarai motor kesayangan sendiri ataupun dengan komunitas.

Gaya hidup hedonisme di kalangan *bikers* Yogyakarta memperlihatkan adanya kompetisi gaya hidup diantara mereka. Hal ini dilakukan dengan *bikers* membeli *part-part* tertentu untuk motornya, dan bagus-bagusan *apparel* yang digunakan. Kondisi gaya hidup hedonisme oleh *bikers* terkadang membuat mereka mengkonsumsi suatu produk yang didasarkan pada keinginan untuk mengalami kesenangan dan kebahagiaan serta tidak memperhatikan manfaat dari produk yang dibeli. Hal ini terkait dengan gaya hidup hedonisme yang di satu sisi mereka senang sebagai hobi, tetapi apabila berlebihan dan motivasinya untuk pamer, cenderung berdampak negatif bagi individu.

Sunmori dapat memicu kontestasi gaya hidup, dari social media. Sosial media saat ini sudah umum digunakan dan menjadi ajang penyebaran informasi. Melalui sosial media ini menjadi ajang pamer di kalangan *bikers*. Kontestasi di kalangan *bikers* juga tidak terlepas dengan gaya hidup hedonisme. *Bikers* memperlihatkan mengenai motor yang dimiliki, modifikasi dengan part tertentu dengan merek mahal, dan penggunaan *apparel* dari merek-merek yang juga mahal. Hal ini tentu membuat esensi dari *Sunmori* menjadi hilang dengan adanya pamer gaya hidup di antara *bikers* tertentu.

Saat ini media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan suatu informasi atau sekedar untuk memposting kegiatan sehari-hari. Hal tersebut kemudian digunakan para *bikers* untuk memamerkan gaya hidupnya di media sosial seperti memposting foto motor, modifikasi apa saja yang sudah terpasang, *apparel* yang digunakan dan tak jarang juga para *bikers* memamerkan

performa motornya di media sosial namun tidak pada tempatnya yaitu sirkuit dengan kata lain itu merupakan tindak arogansi di jalan umum karena dapat membahayakan orang lain.

Cara Bikers di Yogyakarta menyikapi fenomena hedonisme dengan adanya penolakan, karena bikers di Yogyakarta merasa terlalu berlebihan jika harus terus menganut sikap hedonisme, di sisi lain ada yang lebih tidak peduli. Sikap *bikers* pada gaya hidup hedonisme dalam hal ini sebagai suatu respons atau reaksi yang muncul atas gaya hidup pamer dalam berkendara. Respons yang menolak artinya *bikers* di Yogyakarta sebaiknya lebih mementingkan fungsi dan keamanan motor, karena tidak jarang sering terjadi kecelakaan akibat kelalaian pengendara. Disisi lain, respon yang tidak peduli lebih mengarah kepada apa yang dilakukan oleh orang lain menjadi tanggung jawab pihak tersebut.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam rangkaian proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang bisa lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang supaya lebih menyempurnakan penelitiannya dikarenakan penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu untuk diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Jumlah narasumber penelitian yang hanya 5 orang, tentunya data yang didapat masih kurang untuk membahas lebih dalam lagi.
2. Situasi pandemi yang membuat peneliti melangsungkan wawancara hanya lewat zoom sehingga tidak ada dokumentasi motor maupun apparel yang narasumber miliki dan adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) Sehingga ditiadakannya kegiatan sunmori untuk beberapa saat.

3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan narasumber pada saat wawancara terkadang tidak menunjukkan pendapat narasumber yang sebenarnya, hal ini terjadi karena perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda oleh tiap narasumber.

C. Saran

1. Saran Praktis

- a. Kepada bikers sunmori Yogyakarta agar menciptakan budaya sunmori yang sehat dan positif, dengan tetap tertib dalam berkendara dan lebih membangun pendekatan kepada masyarakat.
- b. Menjadikan sunmori untuk wadah silaturahmi dan bertukar informasi antar *bikers* Yogyakarta.
- c. Kepada *bikers* sunmori Yogyakarta untuk tetap meningkatkan kesadaran terhadap pengeluaran dalam membeli *apparel* dan part-part motor untuk meminimalisir gaya hidup hedonisme saat sunmori.

2. Saran Akademis

- a. Melakukan penelitian yang berkelanjutan, Hal tersebut dilakukan agar dapat melihat dan mengamati setiap perubahan perilaku bikers dari waktu ke waktu.
- b. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mengumpulkan data yang lebih banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Heriawan.S. (2016). Pola Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Scooter "Vespa Dalam Menjalin Hubungan Solidaritas. tugas akhir (pp. 1-28). Surakarta: ums.
- Rahmat. (2014). jaringan sosial bajingan dalam budaya tayuban di desa longos kecamatan gapura kabupaten sumenep, tugas akhir (pp. 20-24). Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Agusyanto, R. (2014). jaringan sosial dalam organisasi. Jakarta: Rajawali Pers
- Riadi, M. (2018, Agusutus 03). Pengertian, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup. From www.kajianpustaka.com
- Sholichah, A. (2018). komunikasi kelompok motor cbr sidoarjo club dalam pembentukan citra. tugas akhir (pp. 1-10). Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Susanto, A. (2013). membuat segmentasi berdasarkan lifestyle (gaya hidup). jibeka, 1-3.
- Wibowo, Y. (2012). modal sosial pada komunitas motor di yogyakarta. tugas akhir (pp. 25-27).Yogyakarta: uny.
- Anggraini, R. T. & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah mada Journal of Psychology*, 3(3), 131-140.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P. W. (1994). Perilaku Konsumen. Edisi 6 Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara
- Hawkins, D. I., Coney, K. A., & Best, R. J. (1980). Consumer behavior: Implications for marketing strategy. Ontario: Business Publications, Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Dasar - dasar pemasaran. Jakarta: Intemedia Jakarta
- Levant's & Linda. 2003. What Is Metroseksual Earosel. New Delhi. Journal of Internasional
- Motorplus-online.com. (2021). Bikers Sunmori Bongkar Penyebab Alasan Aktivitas Riding Minggu Pagi Malah Sering Dihujat. Diakses pada 20 Mei 2022 dari <https://www.motorplus-online.com/read/252873428/bikers-sunmori-bongkar-penyebab-alasan-aktivitas-riding-minggu-pagi-malah-sering-dihujat?page=all>.

- Nuryani & Martini, N. (2020). Pengaruh Motivasi Hedonis dan Keterlibatan Fashion terhadap Pembelian Impulsif Secara Online di Instagram. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(2), 108-115.
- Sumawarman, U. (2017). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tawakal, C. U. (2021) Arti Sunmori dan 10 Manfaatnya, Bikers Wajib Paham, ini!. Diakses pada 20 Mei 2022 dari <https://www.suara.com/otomotif/2021/12/09/203000/arti-sunmori-dan-10-manfaatnya-bikers-wajib-paham-nih>.
- Thamrin, H. & Saleh, A. A. (2021). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Media Komunikasi dan Dakwah*, 11(1), 1-14.
- Veenhoven, R. (2008). *Sociological Theories of Subjective Well-Being*. Londong: The Guilford Press
- Wijaya, D. (2017). Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian, *Perspektif*, 15(2), 79-88.

LAMPIRAN



PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa itu Sunmori menurut Anda?
2. Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengikuti kegiatan Sunmori?
3. Seperti apa gaya hidup bikers saat ini?
4. Bagaimana Anda menyikapi gaya hidup bikers saat ini?
5. Bagaimana fashion berkendara bikers Sunmori saat ini?
6. Bagaimana tanggapan mas tentang bikers yang Sunmori itu hanya pakai kaos dan manset tangan saja?
7. Dengan siapa Anda melakukan kegiatan Sunmori, solo riding atau komunitas?
8. Apa pendapat Anda tentang modifikasi hedon pada motor?
9. Apakah Anda memodifikasi motor Anda?
10. Berapa total yang Anda habiskan untuk memodifikasi?
11. Bagian apa yang paling mahal yang pernah Anda beli?
12. Apakah Anda mempunyai apparel untuk riding? Apa saja?
13. Apa motivasi Anda untuk membeli part modifikasi dan apparel yang telah Anda sebutkan tadi?
14. apakah teman Sunmori Anda mempengaruhi Anda untuk membeli part modifikasi atau apparel istilah anak motornya ngeracunin lah mas?
15. apakah Anda menyadari dalam kegiatan Sunmori ada kontestasi atau perlombaan dalam gaya hidup?

Transkrip Wawancara

Aspek	Narasumber	Transkrip
Pendapat bikers tentang Sunmori	Faisal	<p>menurut saya di tahun 2021 ini dari nama sunmori yang sudah cukup kita kenal telah mengalami banyak perubahan dimana mungkin jaman tahun 2015-2019 dimana yang namanya sunmori itu adalah menikmati jalan yang sepi berangkat jam 6 pagi udara masih segar menikmati jalanan yang masih sepi mungkin bisa diselingi dengan “eh beli soto yuk” atau mencari kuliner dan biasanya sunmori dari situ terus pulang have funnya disitu cuma kalo saya bandingkan dengan sekarang sunmori tahun 2021 itu dari rekan rekan sunmori bisa kategorikan beberapa contohnya sunmori ada yang ingin menampakkan motornya ke teman teman lain ada yang bagus bagus motor misalnya “eh motor dia apasih?” “motor dia 150cc motor saya 250 nih” nah gitu ntar ada lagi yang 600cc atau apa lagi jadi sunmori untuk penilaian saya itu semacam kompetisi untuk bagus bagus</p> <p>untuk akhir akhir ini tapi tidak semua peserta sunmori seperti itu sih hanya ada beberapa saja yang seperti itu yang masih mengedepankan nilai sunmori yang lama untuk sekedar menikmati jalan juga masih ada</p>
	Azis	<p>sunmori menurut saya cuman sebatas melepas penat untuk itu dikatakan sunmori, sunday morning ride, dimana diakhir pekan setelah kita bekerja dalam seminggu, kita juga perlu untuk berefreshing dengan sunmori jika kita menyukai atau hobi sepeda motor</p>

Yonathan	menurutku sih sunmori bukan ajang untuk kebut kebutan sih yang pertama, sunmori itu cuma buat penyalur hobi komunitas anak motor untuk menikmati suasana pagi di hari minggu, ajang kumpul manasin motor.
Iqbal	menurut saya sendiri itu sunmori seperti hiburan di akhir pekan, menikmati cuaca pagi begitu kalo sejauh ini belum sih mas paling kalo sunmori sama teman-teman riding biasa aja sih
Rakha Ari	jadi menurut saya sunmori itu sebetulnya ajang kumpul para penghobi motor yang kebanyakan dari kalangan anak muda sampai orang tua motoran ngumpul di hari Minggu pagi Minggu pagi itu kan dia istilahnya akhir minggu yang semua orang tuh biasanya renggang ya kan sampai Jumat sampai Sabtu kan kerja nggak jadi mereka ya untuk refreshing di akhir Minggu aja sih ngumpul riding di hari Minggu itu nah terus jadilah sunmori itu Sebenarnya ya kalau yang gue tahu dari lama dari anak-anak lama sebenarnya sunmori itu udah jadi kebiasaan dari dulu banget gitu dari jaman kalau dulu kan yang sunmori itu biasanya anak-anak Harley lalu merambat ke anak-anak muda jadi berawal dari komunitas-komunitas besar harley karena seiring berjalannya waktu kayaknya tepatnya sekitar tahun 2016-2017 mungkin ya itu pas ramennya youtuber, khususnya motovlog nah mereka kan ya... dia mereka sesama youtuber motovlogger itu ini ngelakuin sunmori itu terus jadi lah rame sampai sekarang itu Sebelumnya udah ada cuma yaitu kalangan tertentu biasanya moge atau nggak harley lah pokonya gitu.

Motivasi bikers mengikuti kegiatan Sunmori	Faisal	kalo saya pribadi ingin menjauhkan diri saya dari kata sunmori dalam arti gini, riding ya riding jadi mau hari apapun mau senin mau sabtu mau jumat mau minggu gada kata sunmori jadi emang kalo saya ingin riding tidak harus di hari minggu pagi tidak harus bersama sama tidak harus ke tempat yang itu saja riding ya riding beda dengan sunmori gitu
	Azis	Yang tertarik itu mungkin kita bisa saling kenal dan menemukan teman baru dalam kegiatan tersebut, dan juga kita bisa tau tentang perkembangan roda dua sekarang dan juga untuk kita biar have fun untuk melepas penat itu
	Yonathan	yang pertama pasti karena hobi ya, hobi anak motor terus yang diadain hari minggu karena anak anak kan free dihari minggu jadi bisa menambah perkumpulan, cari makan, motoran, foto foto.
	Iqbal	mungkin karena dari dulu emang udah hobi juga main motor, dari keluarga juga hobi buat sunmori
	Rakha Ari	Sebenarnya yang bikin tertarik itu ya tadi misalnya nih biasanya kalau dulu ya Senin sampai jumat kuliah sekarang senin sampai jumat kerja nah otomatis waktu ketemu sama teman motor tuh cuma bisa Sabtu atau Minggu gitu biasanya sih kita memang jadinya sekarang lebih ke minggu ya karena kan kadang Sabtu juga masih ada kegiatan gitu. Minggu itu emang benar-benar kosong kan itu juga cuma pagi tikum di pom bensin terus sarapan terus ke tempat kopi udah nyampe siang balik ya gitu doang, nggak- nggak yang sampe nongkrong di jalanan lama nggak pernah.

<p>Perilaku riding di saat Sunmori? Fashionnya? Solo/komunitas?</p>	<p>Faisal</p>	<p>fashion berkendara saat ini mungkin karena saya sudah tergabung pada komunitas ATG ATT dengan kepanjangan all the gear all the time dimana sebuah rider itu mengedepankan safetines pada saat berkendara karena setidaknya kita menggunakan pakaian riding yang proper apabila amit amit kita jatuh kita masih aman jadi kita mengedepankan safety daripada fashion</p> <p>kalo di facebook ada komunitas GUE yang punya kepanjangan gear up enthusiast dimana itu adalah komunitas orang orang yang suka riding motor dengan apparel atau pakaian yang safety untuk dipakai untuk berkendara</p> <p>untuk GUE udah sekitar dari 2016 an atau 2017 memang sudah agak lama cuman mungkin tenarnya kepada orang yang memang benar benar suka safety karena rata rata emang yang kami sayangkan sebagai komunitas GUE atau orang yang suka apparel safety adalah anak anak sekarang yang sunmori itu lebih mengedepankan fashion tanpa mengedepankan safety dimana ya mohon maaf mungkin hoodie mereka juga terbilang mahal 300 ribuan ada yang 800 ribuan cuma yang namanya hoodie terbuat dari kain kalo jatuh kena aspal bolong kadang mereka juga pake jeans yang daerah lututnya berlubang jadi setidaknya pake protektor kalo sepatu sebisa mungkin yang aman</p> <p>ya secara fashion mereka lebih menarik bergaya ya know lah up to date terus keliatan ya menurut mereka keliatan lebih rider ada tulisannya RS TAICHI atau DAINESE merk merk apa gitu cuman dan rata rata mereka motornya bagus bagus 250 keatas lah ya minimal cuman ya gimana rata rata ada juga yang mereka pakai pakaian seperti itu kemudian jatuh juga ada, ada ada banya di instagram, ada kecelakaan ya mohon maaf suka ngebut tapi cuma pakai kaos oblong pake manset kemudian kecelakaan juga akhirnya terluka parah ada sih banyak di posting di instagram.</p>
---	---------------	--

		<p>kalo saya sekarang lebih mengedepankan solo riding dengan alasan saya kalo riding sendiri mudah mudahan tidak mencoreng nama yang lain dalam arti begini kita melihat secara masa, kalo solo riding misalnya pada saat kita melewati suatu area nih kemudian kita ngebut kalo ada warga sekitar lewat paling cuman satu motor lewat “alah siapa sih” cuman kalo kita melakukan mass riding atau riding secara massal kita ngebut sedikit aja atau misalnya selip selipan kita dipandang orang lain “wah apa ini balapan” kita sudah ya gimana oknum yang melakukan tapi yang tercoreng semuanya begitu makanya untuk saat ini saya lebih mengedepankan solo riding karena ikut team team apa gitu isinya cuma kebut kebutan dan membahayakan pengguna jalan lain</p>
--	--	---

Azis	<p>Saya lebih suka untuk solo riding, kita bisa bertemu teman teman baru sih, kalo komunitas saya jujur tidak bisa membagi waktu, karena kan komunitas itu juga banyak kumpul- kumpul dan kegiatan lainnya gitu loh, sedangkan waktu saya juga ga ada, ya kalo malem kopdar, ya kalo malem kan fokusnya untuk istirahat, karena saya juga kan udah kerja kan</p> <p>Kita tu bisa bebas memilih tujuan dan mengatur waktu kita sendiri, terus kalo kita ngebut dan pelan juga kita ga ada yang saling nunggu gituloh, kalo komunitas kan kita harus nunggu yang lain, entah kita ada trouble atau gimana</p>
Yonathan	<p>kalau aku liat sih masih jauh dari kata safety ya karena mereka biasanya pengen simple pakai hoodie, kadang ada yang pakai celana pendek, kadang ada yang pakai sandal doang ga pakai sepatu, ga pakai sarung tangan, kalo helm sih walaupun pakai half face pasti safety namun kalau jaket yang masih berbahan kain aku bilang itu masih belum safety</p> <p>Fashion berkendara penting, pasti, karena faktor keamanan rider sangat penting</p> <p>kalau untuk sampai saat ini lebih sering solo riding.</p> <p>ga bikin keramaian di jalan itu yang pertama, karena kalau keramaian takut disangka geng motor sama orang lain dan lebih kondusif kalau sendiri kadang juga ga sendiri misal berdua atau bertiga</p>

Iqbal	<p>kalo menurut saya mungkin itu keren-kerenan saja namun kalau misalnya untuk sunmori itu bisa dibilang kurang proper karena tidak safety</p> <p>kalau menurut saya sih tidak terlalu penting soalnya kan kebanyakan orang pakai kostum itu tu karena pengen dilihat orang dan untuk safety riding sih kurang penting dan bisa dikatakan jauh dari kata safety jika dibandingkan kalau kita memakai apparel riding</p> <p>sunmori saya biasanya sama teman-teman dekat aja sih, teman biasa nongkrong alasan pertama mungkin karena lebih akrab saja, enak untuk bercanda dibandingkan jika bersama orang yang belum akrab gitu ya nanti takutnya kurang menikmati juga.</p>
Rakha Ari	<p>bikers sunmori sekarang sih fashionnya yaitu udah kearah yang kayak ya jaket hoodie mahal, hoodie yang bisa dikatakan <i>hype</i> belum lagi sepatunya paling <i>Jordan</i> begitu kan mereka emang ride with style gitu, kalo menurut gue sih ya dari jaket dan celananya ya kayak istilahnya outfit mereka jalan ke mall yang dipakai untuk motoran gitu karena memang stylenya sekarang ke arah situ sih cuma akhir-akhir ini yaitu emang lagi banyak juga yang lebih ke arah <i>safety</i> kalo gak salah tuh ada <i>brand</i> yang dia bikin hoodie keren cuma ada protektornya dan kayak gak kelihatan celana jeans juga kan sekarang udah ada yg di lututnya ada protektornya</p> <p>menurut gue sih ya gimana ya kayak balik ke tongkrongan mereka sih kalau tongkrongan mereka orang-orangnya kayak gitu kan otomatis mereka kan harus ngikutin juga kalau misalnya tongkrongannya biasa-biasa aja ngapain gue pakai baju kayak gitu pasti mereka balik lagi ngikut ke temennya</p> <p>sunmori biasanya bukan komunitas juga sih, temen aja sih, sama temen motoran aja sih gitu</p>

<p>Pandangan mengenai gaya hidup bikers saat ini</p>	Faisal	dilihat dari... kita bisa melihat gaya hidup bikers yang pertama dari sosial media kita misalnya kita lagi buka instagram di explore isinya sumori hedon hedonan motor, hedon hedonan parts, bagus bagus apparel jadi yang saya sayangkan adalah nilai asli dari sebuah riding itu hilang karena kegiatan sunmori yang ingin berkompetisi bahwa diri lebih baik dari yang orang lain seperti itu
	Azis	Bikers saat ini, ya kalau bikers sendirtir kan banyak dari berbagai kalangan ya, bawah, menengah dan juga kalangan atas juga sebenarnya banyak yang suka sama dengan kegiatan sunmori, cuman saya lebih suka sama bikers yang mempunyai gaya hidup yang sesuai dengan kalayangan saja, ya ga muluk muluk.
	Yonathan	kalau saat ini sih di dunia permotoran kalau dibilang buruk ada karena banyak anak komunitas baru, mungkin faktor umur kemudian berpengaruh terhadap gaya hidup yang masih suka kebut kebutan, pamer pasti kan karena pengen dipandang
	Iqbal	kalo di kota saya Bogor mungkin memang penting ya, seperti dari apparel, helm soalnya banyak juga kan kalo sekarang banyak yang masih pemula-pemula jadi kayak apa ya bisa dibilang masih belum cukup umur untuk motoran tapi mereka pengen kayak udah lama main motor jadi pengen ikut dibilang keren juga dan rata-rata memang semuanya seperti itu jadi istilahnya pengen dilihat lah

	Rakha Ari	<p>Gaya hidup bikers saat ini ya sebenarnya macam-macam sih cuma kalau yang gua lihat sekarang itu lebih ya pokoknya mereka yang punya panutan, panutannya itu seorang motovlogger ya itu pasti yang mereka anut gitu misalnya ya cara berpakaian modifan motornya semuanya ke situ sih pasti.</p> <p>bener, berpengaruh banget makanya brand-brand khususnya apparel motor terus brand modif modifan motor itu sebenarnya bagus banget kalau endorse mereka, pasti meluas banget sih.</p> <p>Dan contohnya gini deh ya yellow corn itu kan udah ada sejak lama cuma dulu kan gak terkenal yang pakai itu anak harley biasanya, terus gara-gara memang sih yang punya riderspot itu kan dia yang masukin yellow corn ke Indonesia dari Jepang sebenarnya nah terus dibawa sama si Reyner itu dia bawa terus endorse sama anak-anak motor itu ya udah endorse ke motovlogger akhirnya semua bisa tau itu brand, dia kan ke Jodie iya ke Harald iya padahal worth it sih barangnya cuma dulu kurang terkenal aja.</p>
Sikap tentang gaya hidup bikers saat ini	Faisal	<p>untuk menyikapi hedonisme sepertinya kalo di indonesia untuk dilakukan sebuah edukasi apasih yang sebenarnya membuat kita cinta dari sebuah nilai asli sunmori itu agak susah dalam arti ya ini karena efek dari sosial media juga misalnya kita yang ingin mengedukasi nanti yang kita dapet dinyinyirin aja misalnya kita “eh kamu jangan gitu dong nanti warga gimana atau nanti nama sunmori tercoreng” nanti pasti kita dibalesnya “iri bilang bos”</p>

Azis	Kalo masalah itu sih balik lagi ke latar belakangnya ya , kalo itu mereka mampu untuk membeli part yang menurut kita mahal, dan itupun berfungsi, ya kenapa tidak gituloh ? tapi ya sesuaikan kantonglah, sesuai apa dengan kemampuan yang kita bisa beli ya dibeli, jangan sampai memanfaatkan yang lain, hedonisme tu boleh, asalkan fungsinya tercapainya, kalo hedon tapi fungsinya tidak menambah fungsi itu maka ya sama aja
Yonathan	hedonisme pasti berhubungan sama barang barang mahal cuma barang barang mahal kalau yang dilihat dari posisi anak motor mahal karena buat sombong atau mahal karena faktor keamanan safety, nah kalau hedon untuk fungsi dan safety menurut saya gapapa sih tapi jika hedon buat sombong ga banget sih
Iqbal	untuk menyikapinya...yaudahlah ya selagi dia punya uang dan mampu yaudah itu untuk mereka aja gitu dan kalo misalnya kita belum bisa ya secukupnya aja dulu yang penting aman, bisa dipakai dan safety
Rakha Ari	gue sebenarnya enggak masalah karena setiap orang pasti pengen ini itu gue pun pengen ini itu cuma sesuai dengan kemampuan aja gitu, jadi kalau memang dia orangnya mampu bisa beli ya udah, cuman kan kadang yang rada miris liat bocil ngemis ke orang tuanya jaman sekarang kayak gitu yang kadang gue gak suka

<p>Pandangan tentang perilaku hedonisme dalam memodifikasi dan pembelian apparel motor</p>	<p>Faisal</p>	<p>modifikasi hedon pada motor pada dasarnya adalah uang uang mereka, modifikasi modifikasi mereka jadi setiap orang memiliki mindset sendiri sendiri mengenai keuangan yang mereka miliki terserah sih basically untuk mereka mau dimodif apa mau dipasang mungkin kaliper breombo atau knalpot import terus body karbon terus ban yang mahal import italy atau jepang gitu emm ada yang melakukan modifikasi hedon agar supaya cuman dipandang “wih motor gue bagus nih mahal isinya part part hedon” cuma saya sebagai orang yang memodifikasi motor dimana kalo saya tidak bisa memaksimalkan part tersebut kayak mubadzir jadi saya suka memaksimalkan part yang ga perlu mahal mahal lah oarng misalnya rem aja rata rata pake breombo tapi breombo mereka pakenya berapa persen sih bisa sampai 100%? ga mungkin dong soalnya kalo 100% pasti di sirkuit orang rem bawaan pabrik kalo anda rem 100% bisa kebalik motornya jadi kalo enggak dipakai 100% saya merasa mubadzir cuma kalo orang lain memiliki opini sendiri ya itu bebas</p>
	<p>Azis</p>	<p>Sebenarnya yang saya lihat dari tiktok ataupun Instagram tu orang orang sunmori tu ada yang memang suka dengan kegiatan motoran dan juga ada yang suka fotografi, entah dari segi motor atau fashion saat kegiatan sunmori, kalo menurut saya sih, saya lebih suka sunmori itu diimbangi fashion yang layaklah, ya fashion yang layak tu seperti ketika bagus dilihat, nyaman dipakai dan safetyllah untuk berkendara</p> <p>Menurut saya sih penting, emmm apaya yaa menurut saya malah ga cocok kalo kita pakai motor agak tua tapi fashionnya terlalu modern , kan malah tidak nyambung sama apa yang kita kendarai, biasanya kan orang seperti itu</p>

Yonathan	<p>kalau aku liat sih masih jauh dari kata safety ya karena mereka biasanya pengen simple pakai hoodie, kadang ada yang pakai celana pendek, kadang ada yang pakai sandal doang ga pakai sepatu, ga pakai sarung tangan, kalo helm sih walaupun pakai half face pasti safety namun kalau jaket yang masih berbahan kain aku bilang itu masih belum safety</p>
Iqbal	<p>kalo menurut saya mungkin itu keren-kerenan saja namun kalau misalnya untuk sunmori itu bisa dibilang kurang proper karena tidak safety</p> <p>kalo menurut saya sih kalo memang kebutuhannya sesuai sih its oke tapi kalo misalnya yang kurang sesuai ya ngapain dipasang di motor gitu kan kan yang penting kebutuhan motor kita saja bagaimana</p>
Rakha Ari	<p>kalo menurut gua tergantung hedonnya mana dulu, kan ada orang asal beli parts tapi cuma buat keren-kerenan aja tapi dia gak tau manfaatnya kalau gue pasti modif itu yang gue liat fungsinya dulu maksudnya lebih ke ini Itu buat apa sih gitu, ngaruh ke performance nggak selain looks ya kalau hedon udah pasti looks-nya keren cuma kan balik lagi lu kegunaannya buat apa lu buat harian doang, buat hari Minggu doang, buat apa sampai kayak gitu, kan nggak perlu. ya sebenarnya kayak misalnya ya beda bedalah orang misal cuma buat sunmori kayak harusnya begini tuh hedon-nya cukup tapi ada yang suka touring mungkin harus yang lebih istilahnya durability harus lebih kuat gitu kan.</p>

<p>Motivasi dalam modifikasi dan pembelian apparel motor?</p>	<p>Faisal</p>	<p>modifikasi motor alasan saya membeli adalah mencocokkan saya dengan motor dengan riding style saya, dengan riding style saya yang suka nikung nikung otomatis harus ganti ban supaya ban bisa melekat dengan aspal lalu setting suspensi untuk mengurangi getaran pada motor dan bisa mensupport ban supaya tetap menempel pada aspal lalu saya ganti knalpotnya supaya performanya lebih bagus supaya lebih enak dan lebih kencang itu alasan saya memodifikasi motor saya supaya bisa cocok dengan giman saya naik motor lalu untuk apparel alasan saya membeli karena biaya rumah sakit lebih mahal daripada apparel saya jadi apparel saya mulai dari helm itu saya helm agv kalau harga second 8 juta terus kalo dari jacket saya merknya dainese super speed C2 itu harganya 7,5 lalu kemudian celana riding saya dainese SF leather itu harganya itu harga second kisaran 4,5 juta dan sepatu digabungkan dengan sarung tangan dainese itu habisnya 4 juta begitu jadi saya mikirnya daripada jatuh sakit sakitan nanti kalo jatuh pekerjaan saya terganggu pengeluaran dari rumah sakit juga nanti status dari kantor tidak jelas itu sebuah uncertainty yang saya hindari dengan itu saya membeli apparel supaya saya lebih aman kalo amit amit ada yang terjadi sesuatu yang tidak diinginkan. sebenarnya perangkat safety itu ga harus mahal mungkin karena orang orang bilang mahal ya karena memang mahal banget sih karena saya mampu beli jadi saya beli cuma kalo yang masih mahasiswa atau masih membangun ekonomi mereka apparel jaket jaket yang sudah safety itu ada dibawah satu juta, celana yang stylelish masih berbentuk jeans namun didalam lutut ada protektornya juga ada itu juga kisaran 500 ribu ada jadi sebenarnya yang bikin mahal bukan safety enggaknya cuma gaya hidupnya kalo ingin safety tapi ingin tetap murah ya banyak opsinya kok.</p>
---	---------------	---

Azis	<p>Saya modifikasi motor juga sedikit dikit aja, yang penting motor saya bisa keliatan proper sama ganteng sih</p> <p>Ya itu, untuk meningkatkan kegantengan motor dan bisa dilihat lebih proper, terus sebagai self reward setelah bekerja, capek- capek, gajian ya sedikitlah beli part motor itu</p> <p>Kalo dari ori atau kw sih ya pasti kualitasnya bagus orilah jelas, ya kalo barang memang sama-sama knalpot, tapi kalo masalah berpengaruh ke diri kita atau teman teman ya kalo orangnya cuek dan pede aja dan seneng, ya mampunya beli yang kw ya tidak masalah, kita jugak tidak mempermasalahkan tersebut, yang penting kita bisa riding bareng- barenglah</p> <p>Apparel riding ya paling sepatu yang pastinya, terus jaket hoodie, dan sarung tangan dan helm.</p>
Yonathan	<p>modifikasi hedon, balik lagi sih ke pertanyaan selanjutnya ya kalau hedon untuk fungsi gapapa cuma kalo hedon untuk pamer big No.</p> <p>kalau part modifikasi yang pertama buat performa karena modifikasi di ban juga termasuk penggantian part agar performa motor lebih baik ya kalo apparel agar pengguna lebih safety saat berkendara itu aja sih</p>
Iqbal	<p>yang pastinya itu kebutuhan motor yang proper lah dan ga yang berlebihan juga dan kalau dari apparelnya pasti demi keamanan kita juga lah</p>

<p>Seberapa besar pengeluaran untuk modifikasi dan pembelian apparel?</p>	<p>Faisal</p>	<p>saya memodifikasi motor saya</p> <p>total yang saya habiskan, kisaran mungkin gini agak konyol karena saya beli motor 2011 dengan harag 49,5 juta namun karena depresiasi terhadap barang tersebut selama kurun waktu 10 tahun motor saya sekarang harganya kisaran 25 jutaan jadi kalau bisa dibilang modif sudah habis berapa ya lebih mahal modifnya daripada motornya cuman secara harga bisa saya hitung kurang lebih 15 jutaan itu belum termasuk biaya service pergantian ban, oli, rantai, filter terus pernah jatuh akhirnya ngecat ulang dan lain sebagainya</p> <p>part yang pernah saya beli bukan tertempel di motor saya tapi di badan saya jadi yang mahal itu bukan part yang di motor tapi yang saya pakai untuk riding alis apparel saya sendiri seperti helm dan untuk motor yang paling mahal untuk saat ini adalah knalpot</p> <p>knalpot saya ada punya 5 karena saya suka ngoleksi aja ada yang mulai dari produk lokal harga mulai 500 ribu merk alpha lalu dari jepang merk yoshimura itu saya beli second 900 ribu lalu naik ke leovince dari italy saya dapet second juga harga 1,9 lalu naik ke akrapovic yang saat ini tertempel di motor saya dengan harga 2 juta buatan asli slovenia eropa timur lalu arrow dari italy dengan harga second juga 2,8 juta</p> <p>untuk apparel riding saya punya, untuk full gear saya memiliki apparel merk dainese yang juga dipakai oleh pembalap terkenal motogp valentino rossi dan rider rider lainnya</p> <p>bisa dibilang itu apparel high end yang apparel paling bertempur di dunia otomotif seperti merk kompetitornya yaitu alpine star yang paling top di dunia otomotif</p>
---	---------------	---

Azis	<p>Ya bisa beli hp barulah, hp samsung kepala 3, baru segitu, karena saya juga baru bisa segitu.</p> <p>Mungkin knalpot ya, soalnya knalpot kita bener bener cari sesuai dengan karakternya kita, kalo saya sukanya bulet dan ngebass, maka dari itu kita harus cari knalpot yang bagus dan tahan lama.</p>
Yonathan	<p>modifikasi iya</p> <p>kalaupun sampai sekarang khusus di motor sekitar 3-4 jutaan</p> <p>ban motor, karena yang bersentuhan langsung sama aspal</p> <p>ada.. Helm full face, jaket riding yang full protector ada di bahu, siku, punggung belakang, kemudian sarung tangan, sepatu riding yang tinggi nutupin mata kaki, interkom</p>
Iqbal	<p>iya saya memodifikasi, sesuai kebutuhan saja</p> <p>sekitar mungkin kurang lebih 13 sampai 15jt</p> <p>shock belakang ohlins sekitar 9 juta</p> <p>apparel untuk riding pasti punya sih seperti jaket riding, helm, sepatu khusus riding</p>

	Rakha Ari	<p>kisaran 20jt lebih</p> <p>yang paling mahal shock <i>ohlins</i>, apa ya yang paling mahal di situ ya mungkin itu sih kaliper <i>brembo p4</i></p> <p>kalau <i>ohlins</i> 9,5 juta, kaliper <i>brembo</i> 3,5 juta dan master remnya 2,5 juta</p> <p>apparel sekarang ada wearpack alpinestar terus helm arai rx7x, helm ini gw dapet second barang simpanan orang aja dan produksi 2020</p> <p>kemarin itu gw dapet ga sampai 8 juta dan kalau harga barunya 9,7 juta dan gw masih ada helm merk zeus buat harian, ada interkom juga untuk kebutuhan <i>touring</i></p>
Pengaruh teman dalam modifikasi atau pembelian apparel motor?	Faisal	<p>beberapa ada cuma alhamdulillah kalo kayak sunmori sunmori yang tren jaman sekarang kayak memodifikasi part hedon yang menurut saya mubadzir selama ini saya tidak terpengaruh, terpengaruhnya mungkin adalah teman teman yang ngeracunin part part yang cocok dengan saya dalam arti cocok dengan saya dalam arti cocok dengan saya berkendara misalnya ganti ban lah seperti juga knalpot bagus tapi murah pasti suka keracunan</p> <p>bisa dibilang lebih seneng knalpot karena rata rata emang orang kalo liat motor yang sudah dimodifikasi liat bannya jarang jarang biasanya dilihat langsu adalah knalpotnya ya mungkin rata rata knalpotnya atau velg</p>
	Azis	<p>Itu adasih racun-racun seperti itu, ya cuman kalo misal saya cocok dan bisa meningkatkan fungsinya ya kenapa tidak ? tapi kalo semisalnya barangnya terlalu mahal, dan fungsinya ga terlalu meningkatkan juga ya tidak saya beli mas</p>

	Yonathan	<p>kalo mempengaruhi sih pasti cuma saya tetap memfilter itu agar membeli sesuai kebutuhan saja</p> <p>kalo part modifikasi engga sih cuma kalo tertarik karena melihat aja ada sih cuma ga sampe ada yg beli gitu</p>
	Iqbal	<p>nah emang sih ada beberapa teman yang mempengaruhi untuk membeli parts modif maupun apparel tapi saya coba filtering itu sesuai kebutuhan saya saja</p> <p>kalo tertarik pasti tertarik lah ya cuma mungkin itu bisa menjadi motivasi kita untuk bekerja lebih keras dan menabung</p>
Kesadaran bikers tentang kontestasi gaya hidup dalam kegiatan Sunmori	Faisal	<p>ada, saya merasakan ada sebuah kontestasi gaya hidup dimana ya sekarang kontestasi gaya hidup medianya lewat sosial media “wah ig nya ini nih anak selebgram” dan saya juga merasakan jadi saya juga suka fotografi cuma saya sendiri seminimal mungkin gausah membuat kontroversi yang bikin kontestasi gitulah karena pada akhirnya juga gada gunanya.</p>

Azis	<p>Jelas ada, karena pengguna bikers atau pelaku sunmori itu pasti menampilkan harta mereka gituloh mas, ketika sunmori itu kita bisa dibilang ya tertarik ya jelas tertariklah, selagi kita mampu ya udah gapapa keluarin aja, kan kita juga beli untuk kita sendiri kok, masalah penilaian mah itu dari orang lain, yang penting kita seneng saja</p> <p>Ya memang,, saya lihat anak muda sekarang itu udah anak sunmorian semua,rame banget, kadang kita tu rame banget mikir ini anak baru kemaren atau emang anak motor</p> <p>Apalagi sekarang ada tik tok tu jadi lebih kenceng lagi, tapi ya inget yang mau sunmori ya harus tau batasan, ga perlu ngebut kok, yang penting nikmatin ridingnya,nikmatin pemandangannya itu aja</p>
Yonathan	perlombaan gaya hidup.. kalau ini belum merasakan jauh banget lebih ke ajang perlombaan
Iqbal	untuk saat ini kalau menurut saya iyasih, apalagi jaman social media gini sih bisa jadi ajang seperti yang tadi anda bilang dari pakaian seperti hoodie branded