

SKRIPSI
IDENTITAS KELOMPOK KOMUNITAS YAMAHA R15 DI KOTA
PALEMBANG



Oleh:

AnggiAnggara

07021281419056

JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2020

SKRIPSI

**IDENTITAS KELOMPOK KOMUNITAS YAMAHA R15 DI KOTA
PALEMBANG**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1



Oleh:

AnggiAnggara

07021281419056

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

IDENTITAS KELOMPOK KOMUNITAS YAMAHA R15 DI KOTA
PALEMBANG
SKRIPSI


Oleh:

ANGGI ANGGARA
07021281419056

Indralaya, 23 Januari 2020

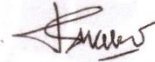
Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Dadang H. Purnama, M.Hum

NIP 196507121993031003



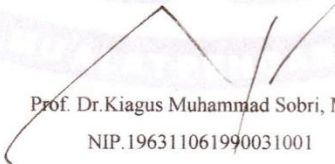
Dra. Yusnaini, M.Si

NIP. 196405151993022001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si

NIP.196311061990031001

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul "**IDENTITAS KELOMPOK KOMUNITAS YAMAHA R15 DI KOTA PALEMBANG**" telah diseminarkan dihadapan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas Sriwijaya pada tanggal 10 Desember 2019.

Indralaya, Januari 2020

Ketua :

Dr. Dadang H. Purnama, M.Hum
NIP : 196507121993031003



Anggota :

1. Dra. Yusnaini, M.Si
NIP : 196405151993022001



2. Dra. Eva Lidya, M.Si
NIP : 195910241985032002



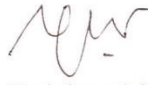
3. Gita Isyanawulan, MA
NIP : 198611272015042003



Mengetahui :
Dekan FISIP

Ketua Jurusan Sosiologi


Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M. Si.
NIP.196311061990031001


Dr. Yunindyawati, S. Sos, M.Si
NIP :197506032000032001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan identitas sosial komunitas motor Yamaha R15 di kota Palembang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Subyek penelitian ini adalah pengelola komunitas, anggota komunitas dan masyarakat sekitar komunitas. Sebagai informan kunci adalah pengelola dan anggota komunitas yang terdiri dari ketua, kepala staf divisi, pendiri komunitas, dan anggota komunitas. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Peneliti merupakan instrument utama dalam penelitian dengan dibantu pedoman wawancara, observasi, dan dokumentasi. Triangulasi yang digunakan untuk menguji keabsahan data adalah triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Proses pembentukan identitas sosial yang dimulai dari tahap kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Identitas sebagai komunitas motor yang memiliki loyalitas, solidaritas, dan menjunjung tinggi nilai persaudaraan tersebut menampilkan identitas sebagai komunitas motor yang menekankan pada rasa ikatan kekeluargaan yang erat. Tampilan identitas tersebut ditunjukkan melalui beberapa kegiatan kelompok dan persepsi anggota terhadap fungsi utama komunitas.

Kata kunci: Identitas Komunitas, Identitas yang ditampilkan

Pembimbing I



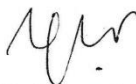
Dr. Dadang H. Purnama, M. Hum.
NIP. 196507121993031003

Pembimbing II



Dra. Yusnaini, M.Si
NIP : 196405151993022001

Kepala Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Yunindyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 197506032000032001


Summary

This study aims to describe the social identity of the Yamaha R15 motorcycle community in the city of Palembang. This research is a qualitative descriptive study. The subjects of this research are the community manager, community members and the community around the community. Key informants are managers and members of the community consisting of the chairperson, division staff chiefs, community founders and community members. Data collection is done by using interviews, observation and documentation. Researchers are the main instrument in research assisted by interview, observation, and documentation guidelines. Triangulation used to test the validity of the data is the triangulation of sources and methods. The results showed that: The process of forming social identity that starts from the stage of social categorization, social identification, and social comparison. Identity as a motor community that has loyalty, solidarity, and upholds the values of brotherhood displays identity as a motor community that emphasizes a strong sense of family ties. The identity display is captured through several group activities and members' perceptions of the main function of community.

Keywords: Community Identity, Identity displayed

Knowing

Advisor I



Dr. Dadang H. Purnama, M. Hum.
NIP. 196507121993031003

Advisor II



Dra. Yusnaini, M.Si

NIP : 196405151993022001

Head of Sociology Department
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University



Dr. Yunindyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 197506032000032001

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul IDENTITAS SOSIAL KELOMPOK KOMUNITAS YAMAHA R15 CLUB INDONESIA PALEMBANG. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan kita sebagai generasi penerusnya hingga akhir zaman. Skripsi ini ditulis dan diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan studi S.1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan Pengetahuan, kemampuan, serta pengalaman yang penulis miliki, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian ini agar dapat bermanfaat bagi penulis dan yang membacanya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak melibatkan berbagai pihak yang memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan baik secara lisan maupun tulisan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak. Prof. Dr Alfitri, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Andi Alfatih, MPA., selaku Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
6. Ibu Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

7. Ibu Safira Soraida, S.Sos, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
8. Bapak Dr. Dadang Hikmah Purnama, M. Hum., selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, pemikiran, saran, arahan, motivasi, nasihat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Ibu Dra. Yusnaini, M.Si., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pemikiran, dan saran, serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Ibu Gita Isyanawulan, S.Sos., M.A., selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan, motivasi, serta ilmu-ilmu yang bermanfaat dari awal perkuliahan sampai selesainya skripsi ini.
11. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terutama Dosen Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah membantu segala bentuk keperluan dan ilmu yang telah diberikan selama ini.
12. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah membantu segala bentuk keperluan dalam hal administrasi selama ini..
13. Orang tuaku yaitu Bapak Jumardi dan Ibu Sukini tercinta, terima kasih atas doa, nasihat, dan materi yang telah diberikan. Terima kasih Bapak dan ibu telah bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan pendidikanku. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan memberkahi hidup bapak dan ibu.
14. Kepada Ulfa Arum Kartika Anjar Sari terima kasih telah membantu dalam penyusunan skripsi dan telah memberikan motivasi serta semangat ketika bimbingan skripsi.
15. Kepada sahabat di kampus Dela Sartika, Dela Regina Mareta, Dera Aulia Munawaroh dan Ardi Dwi Purnomo terima kasih sudah menghibur masa-masa dikampus dan terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik.

16. Kepada seluruh teman-teman angkatan 2014 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, terima kasih sudah menghiiasi hari demi hari dikampus. Aku bersyukur dapat mengenal kalian, semoga kita semuanya sukses dalam menggapai tujuan masing-masing.
17. Kepada teman-teman KKN di Desa Purwo Sari Kecamatan Tanjung Lago Indra Siswadi, Oktri Haryani (Oci), Annisa Mughnia (Sae), Pina Meilina, Jono Priadi Winti Endang Sari, Ahmad Fikri, Januar Syakbani (Bani), dan Muhammad Khaidir Ari (Aceng), terima kasih atas pengalaman yang diberikan.
18. Kepada informan penelitian, anggota kelompok Komunitas Yamaha R15 Club Indonesia Palembang. Terima kasih kepada kalian yang sudah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk diwawancarai. Terima kasih atas respon baik, doa, dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Senang bisa mengenal kalian. Semoga Allah membalas setiap kebaikan kalian dengan rezeki yang melimpah.

Palembang,10 Desember 2019

Anggi Anggara

07021281320002

Ringkasan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan identitas sosial komunitas motor Yamaha R15 di kota Palembang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Subyek penelitian ini adalah pengelola komunitas, anggota komunitas dan masyarakat sekitar komunitas. Sebagai informan kunci adalah pengelola dan anggota komunitas yang terdiri dari ketua, kepala staf divisi, pendiri komunitas, dan anggota komunitas. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Peneliti merupakan instrument utama dalam penelitian dengan dibantu pedoman wawancara, observasi, dan dokumentasi. Triangulasi yang digunakan untuk menguji keabsahan data adalah triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Proses pembentukan identitas sosial yang dimulai dari tahap kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Identitas sebagai komunitas motor yang memiliki loyalitas, solidaritas, dan menjunjung tinggi nilai persaudaraan tersebut menampilkan identitas sebagai komunitas motor yang menekankan pada rasa ikatan kekeluargaan yang erat. Tampilan identitas tersebut ditangkapkan melalui beberapa kegiatan kelompok dan persepsi anggota terhadap fungsi utama komunitas.

Kata kunci: Identitas Komunitas, Identitas yang ditampilkan

Summary

This study aims to describe the social identity of the Yamaha R15 motorcycle community in the city of Palembang. This research is a qualitative descriptive study. The subjects of this research are the community manager, community members and the community around the community. Key informants are managers and members of the community consisting of the chairperson, division staff chiefs, community founders and community members. Data collection is done by using interviews, observation and documentation. Researchers are the main instrument in research assisted by interview, observation, and documentation guidelines. Triangulation used to test the validity of the data is the triangulation of sources and methods. The results showed that: The process of forming social identity that starts from the stage of social categorization, social identification, and social comparison. Identity as a motor community that has loyalty, solidarity, and upholds the values of brotherhood displays identity as a motor community that emphasizes a strong sense of family ties. The identity display is captured through several group activities and members' perceptions of the main function of community.

Keywords: Community Identity, Identity displayed

Daftar Isi

Halaman Judul	
Kata Pengantar	i
Abstrak	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Bagan	x
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
Bab II Tinjauan Pustaka	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kerangka Pemikiran	19
2.2.1 teori Identitas sosial	21
2.2.2 Pembentukan Identitas Sosial	24
2.2.2.1 Kategorisasi	24
2.2.2.2 Identifikasi	26
2.2.2.3 Perbandingan	27
2.2.3 <i>Brand Community</i> (Komunitas Merek)	28
2.2.3.1 Komponen <i>Brand Community</i>	29
1 <i>Consciousness Of Kind</i> (Kesadaran Bersama).....	29
2 Ritual Dan Tradisi.....	31
3 <i>Moral Responsibily</i> (Tanggung Jawab Moral).....	32
2.2.3.2 Karakteristik Terbentuknya <i>Brand Community</i>	34
2.3 Bagan Kerangka Pemikiran.....	35
Bab III Metode Penelitian	36
3.1 Desain dan Lokasi Penelitian	36
3.2 Strategi Penelitian.....	37
3.3 Fokus Penelitian	38
3.4 Jenis Dan Sumber Data	39

3.5	Kriteria dan Penentuan Informan	40
3.6	Peranan Peneliti	40
3.7	Unit Analisis Data	41
3.8	Teknik Pengumpulan Data	41
3.9	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43
3.10	Teknik Analisis Data	42
Bab IV. Gambaran Umum Lokasi Penelitian		47
4.1	Gambaran Umum Kota Palembang.....	47
4.1.1.	Letak Geografis	47
4.1.2.	Kependudukan	48
4.1.3.	Tingkat Pendidikan.....	50
4.1.4.	Agama.....	51
4.2	Profil Kelompok Komunitas Yamaha R15 Club Indonesia Palembang.....	53
4.2.1.	Sejarah Komunitas.....	53
4.2.2.	Struktur Komunitas	56
4.3	Gambaran Informan Penelitian.....	57
4.3.1.	Informan Utama.....	58
4.3.2.	Informan Pendukung	58
Bab V. Pembahasan		59
5.1.	Proses Pembentukan Identitas	59
5.1.1.	Kategorisasi diri.....	59
5.1.1.1.	Kesamaan Dalam menggunakan Motor Yamaha R15	60
5.1.1.2.	Rasa Memiliki Komunitas	65
5.1.2.	Adaptasi Identitas Anggota Kelompok	70
5.1.2.1.	Panggilan khusus Sebagai Simbol Kekeluargaan	70
5.1.2.2.	Loyalitas Antar Anggota.....	73
5.1.3.	Perbandingan YR15CI dengan Kelompok Tetangga “R15ING”	76
5.2.	Identitas Yang Ditampilkan Kelompok.....	80
5.2.1	Menunjukkan Identitas yang <i>Low Profile</i> Melalui Kegiatan	80
5.2.2	Menunjukkan Identitas dengan Atribut Kelompok.....	96

5.3. Identitas kelompok komunitas Yamaha R15.....	100
Bab VI Penutup.....	105
6.1. Kesimpulan.....	105
6.2. Saran.....	106
Daftar Pustaka.....	107

Daftar Tabel

2.1 Penelitian Terdahulu	18
3.1 Fokus Penelitian.....	39
4.1 Jumlah Penduduk Dan Laju Penduduk Menurut Kecamatan	49
4.2 Angka Partisipasi Menurut Jenjang Pendidikan	50
4.3 Jumlah Penduduk Menurut Agama Yang Dianut	51
4.4 Tempat Perbadatan.....	52
4.5 Daftar Informan Utama.....	58
4.6 Daftar Informan Pendukung	58
5.1 Kegiatan Komunitas.....	83

Daftar Bagan

2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
4.1 strutur Kepengurusan	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kelompok sosial pada umumnya terbentuk berdasarkan persamaan kepentingan dan tujuan. Kelompok sosial yang terbentuk akan mempengaruhi perilaku anggotanya. Kelompok sosial tersebut antara lain adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok bermain, kelompok pemecahan masalah, atau kelompok didalam sebuah komunitas. Masing-masing kelompok sosial ini memiliki ciri dan karakteristik tersendiri. Selain itu, setiap kelompok juga memiliki nilai dan norma yang berbeda. Setiap individu anggota kelompok memiliki nilai dan makna tersendiri serta kesadaran bahwa dirinya termasuk dalam kelompok tersebut. Masing-masing individu dalam kelompok akan memiliki kesadaran untuk saling mendukung dan saling tolong menolong terhadap anggota lainnya.

Kelompok sosial menjadi pembahasan yang menarik bagi ilmu Sosiologi karena kehidupan manusia merupakan representasi dari kelompok-kelompok yang saling berinteraksi satu sama lain. Selain itu juga, didalam kehidupan sosial terdapat kelompok-kelompok sosial yang memiliki karakteristik tersendiri sebagai ciri khasnya karena masing-masing kelompok memiliki struktur, kultur, dan proses sosial yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Hal ini menyebabkan individu-individu yang menjadi bagian dari kelompok sosial tersebut memiliki karakteristik identitas dan nilai-nilai yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Faktor inilah yang menyebabkan kelompok sosial memiliki warna tersendiri dalam hal kebersamaannya.

Kelompok sosial (*social group*) yang memiliki warna tersendiri dalam hal kebersamaannya tersebut dapat terbentuk melalui proses yang diawali dengan adanya pikiran, perasaan, serta kehendak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya didalam kelompok sosial tersebut. Salah satu faktor yang melandasi terbentuknya kelompok sosial yaitu karena faktor kesamaan minat, kegemaran, preferensi, misi dan kepentingan bersama (Rahmawati, 2014: 154).

Modernisasi menuntut manusia untuk selalu melakukan perubahan dan perkembangan. Menurut Bourdieu, dengan melakukan kajian empiris mengemukakan tentang adanya perbedaan antar kelas dalam hal pola konsumsi dan gaya hidup, yang mencakup selera mengenai makanan, minuman, hobi, mobil, olah raga, musik, seni, buku bacaan, surat kabar, majalah dsb. Adanya tingkat dan perbedaan selera tersebut terkait dengan adanya sistem simbol yang tercipta dalam masyarakat. Seiring dengan perkembangan tersebut gaya hidup dan minat masyarakat juga semakin berkembang. Hal ini menyebabkan munculnya kelompok sosial yang makin beragam, salah satunya adalah komunitas motor.

Komunitas motor bukan merupakan hal yang baru, namun seiring perkembangan zaman kelompok ini juga semakin berkembang. Komunitas motor merupakan kelompok yang ada ditengah masyarakat dan seharusnya juga dapat hidup berdampingan dengan masyarakat untuk saling berkomunikasi, berinteraksi, serta membantu masyarakat. Namun dalam perkembangannya, hubungan antara kelompok tersebut dengan masyarakat sekitar sering mengalami berbagai kendala. Kendala tersebut umumnya terjadi dikarenakan adanya perbedaan makna, nilai, serta karakter dari masing-masing individu dalam masyarakat. Latar belakang sosial budaya seseorang juga bisa menjadi penyebab atas kendala dan hambatan tersebut. Kurang berbaurnya komunitas motor dengan masyarakat juga bisa menjadi salah satu faktor yang menyebabkan komunitas tersebut kurang dipandang oleh masyarakat sekitar.

Seiring dengan kemajuan zaman, minat atau hobi masyarakat urban yang hidup pada peradaban yang modern ini semakin beragam, salah satu kelompok sosial yang berada ditengah-tengah masyarakat saat ini adalah kelompok pecinta motor. Keberadaan kelompok pecinta motor telah menjadi bagian yang integral dari peradaban masyarakat yang modern. Hal tersebut berkaitan dengan mobilitas masyarakat modern atau kota yang pesat didukung oleh penggunaan transportasi motor dengan berbagai merk, model, dan desain. Data menunjukkan bahwa penjualan motor di tanah air selama 2017 mencapai 5.886.103 unit atau mengalami kenaikan dari 10 tahun sebelumnya (2007) yaitu hanya sebesar 4.688.263 unit (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia, November 2018, www.aisi.or.id).

Meningkatkannya penggunaan transportasi motor tersebut tidak hanya sebagai kebutuhan masyarakat akan pentingnya efisiensi mobilitas dalam beraktivitas sehari-hari, tetapi motor dengan beragam jenis dan modelnya telah menjadi semacam identitas yang dianggap mewakili penggunanya. Kendaraan motor dengan berbagai macam merk dan modelnya tersebut telah membentuk identitas yang dianggap mewakili para penggunanya. Dari identitas yang berlandaskan atas kesamaan hobi inilah para pengguna motor membentuk kelompok pecinta motor. Fenomena inilah yang mendorong muncul dan berkembangnya kelompok pecinta motor dengan karakteristik yang berbeda.

Komunitas sepeda motor merupakan kelompok yang terbentuk atas kesamaan ketertarikan dan hobi yang sama juga memiliki visi serta misi yang sama. Dalam menunjukkan identitasnya pada masyarakat biasanya suatu komunitas motor menggunakan atribut-atribut tertentu atau aksesoris yang dipasangkan pada sepeda motor para anggota komunitas, yang menunjukkan bahwasannya mereka berasal dari satu komunitas tertentu. Banyaknya komunitas atau klub yang bermunculan sehingga membawa dampak positif bagi dunia otomotif maupun bagi pecinta otomotif. Berkembangnya komunitas motor diberbagai kota merupakan sebuah realita yang dihasilkan dari perkembangan sosial masyarakat yang semakin heterogen. Hal tersebut menimbulkan suatu dampak sosial yang positif maupun negatif. Situasi yang berkembang saat ini menimbulkan suatu pandangan tersendiri disebagian masyarakat bahwa komunitas motor telah menjadi mesin penghasil generasi yang disiplin dalam berlalu lintas ataupun sebaliknya menjadi generasi yang anarkis (bersifat negatif).

Banyak komunitas atau klub yang bermunculan sehingga membawa dampak positif bagi dunia otomotif maupun bagi pecinta otomotif. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa orang yang tergabung menjadi anggota komunitas motor dikota Palembang diketahui bahwa tujuan mereka dalam bergabung menjadi anggota komunitas yaitu selain dapat digunakan sebagai wadah dalam menyalurkan hobi modifikasi atau yang lainnya, lewat komunitas juga diharapkan mampu untuk menumbuh jiwa sosial, rasa solidaritas, rasa saling memiliki, dan lain-lain. Sebuah komunitas juga mampu membuat anggotanya menjadi berdedikasi tinggi dan mempunyai loyalitas yang kuat.

Adanya klub motor ini sering ditunjukkan dengan adanya kebersamaan dan kekompakan diantara para *rider*. Tidak hanya itu saja, komunitas klub motorpun mempunyai visi dan misi yang mereka buat. Dalam komunitas ini mereka selalu nongkrong bersama ditempat yang ramai atau *bascome* agar bisa dilihat masyarakat sekaligus ajang silaturahmi kepada klub motor lain yang sedang melintas ataupun juga hanya sekedar nongkrong. Nomor motor mereka juga jelas dan tercatat dalam kepolisian atau wadah dari perkumpulan klub motor. Klub motor biasanya beranggotakan oleh orang-orang yang mempunyai hobi terhadap motor. Tidak sedikit komunitas klub motor yang berada di bawah bendera pabrik motor dan mempunyai nama dengan merek pabrikan. (Data primer peneliti)

Pengertian dan pemahaman kebersamaan mereka inilah yang menjadi ciri dari klub motor itu. Kebersamaan yang mereka tunjukkan menjadi salah satu bukti bahwa dalam komunitas harus ada kepercayaan dan kebersamaan. Semua ini mereka wujudkan dalam pendekatan masyarakat. Misalnya, saat ada bencana alam mereka juga ikut membantu secara materil maupun non materil. Mereka melakukannya dengan kebersamaan dan kekompakan mereka dalam satu komunitas klub motor. Kebersamaan itu juga mereka terapkan pada saat *touring* yang menjadi salah satu kegiatan rutinitas dari klub motor.

Hampir di seluruh kota-kota besar yang ada di Indonesia terdapat komunitas motor, tidak terkecuali di Kota Palembang. Dalam bahasa yang lebih populer, orang-orang yang tergabung atau menjadi anggota dalam suatu komunitas motor sering disebut dengan sebutan bikers atau anak motor. Komunitas motor memiliki sebuah semboyan, semboyan tersebut adalah *Brotherhood is never ending*, semboyan ini secara harfiah berarti bahwa persaudaraan di dalam komunitas tersebut tidak akan pernah selesai. Semboyan ini dipegang teguh oleh para anggota komunitas motor, karena dalam berinteraksi dengan komunitas lain semboyan tersebut menjadi modal yang dapat mendekatkan mereka. Sehingga diantara anggota komunitas motor saling mengenal dan muncullah rasa persaudaraan yang kental diantara komunitas motor.

Dengan perkembangan zaman pada era modern ini semakin banyak muncul dan berkembang komunitas-komunitas motor yang beragam dan bertingkat sesuai dengan kategori dan variasi motor yang ada. Namun banyak pula bermunculan komunitas motor

yang terdiri dari berbagai macam jenis dan tipe serta merk motor yang berbeda, seperti Honda, Yamaha, Kawasaki bahkan sampai yang Jadul (Zaman dahulu atau kuno) seperti Vespa. Kota Palembang tidak luput dari fenomena komunitas motor ini. Adapun komunitas motor yang ada di Kota Palembang adalah Yamaha Vixion Club Palembang, Honda Vario Community Palembang, Yamaha R15 CI Palembang, Komunitas NMAX Palembang dan lain sebagainya. Pertumbuhan dan perkembangan Komunitas Motor di Kota Palembang mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini membuktikan bahwa tingginya minat masyarakat kota Palembang dan sudah menjadi gaya hidup untuk memiliki kendaraan roda dua yang efisien ini. Perkembangannya pun bervariasi mulai dari yang Matic seperti Vario, Scoopy, Mio sampai yang berbody besar seperti vixion, Ninja, CBR, R15 dan lainnya.

Kelompok pecinta motor pada masyarakat modern atau kota umumnya adalah kumpulan individu-individu yang memiliki jenis kendaraan motor yang tidak semua orang bisa membelinya. Jenis kendaraan motor yang hanya dimiliki oleh orang-orang tertentu tersebut adalah motor unik dan mewah yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan motor pada umumnya. Secara tidak langsung, kelompok pecinta motor tersebut menjadi suatu sarana ekspresi bagi pemiliknya yang memiliki kemampuan membeli motor built up dengan harga yang fantastis.

Keberadaan kelompok pecinta motor mewah dan unik tersebut merupakan representasi individu-individu yang memiliki motor dengan style transportasi mewah bukan hanya karena kebutuhan, tetapi juga karena identitas borjuis yang melekat pada jenis kendaraan tersebut, dalam perspektif Sosiologi keberadaan kelompok pecinta motor mewah dan unik tersebut tidak hanya memaknai motor dari nilai gunanya saja, tetapi motor juga dimaknai sebagai pedongkrak status sosial atau sebagai prestise bagi kelompok yang menggunakannya. Kepemilikan atas kendaraan motor yang mewah dan unik di kota-kota tersebut mencerminkan bahwa kelompok pecinta motor adalah individu-individu yang memiliki gaya hidup konsumtif. Konsumsi memang menjadi aktivitas manusia yang paling dasar, namun konsumsi yang dilakukan berdasarkan suatu keinginan menimbulkan suatu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif memang tidak dapat dihindari oleh masyarakat modern karena pengaruh dari media dan industri yang berkerja sama dalam menciptakan gaya hidup.

Identitas dan konsumsi menjadi bagian yang integral sekaligus memiliki hubungan yang dialogis dilihat dari materi (nilai guna) dan simbol yang terdapat pada produk yang dikonsumsi, karena ketika seseorang mengonsumsi suatu barang pada dasarnya menjadi suatu sarana untuk menyatakan posisi dalam suatu ruang sosial, yang menegaskan kelas sosial atau perbedaan dengan orang lain. Ini artinya, simbol suatu produk menjadi suatu tanda karena citra yang dihasilkan dari produk menjadi wadah bagi individu atau kelompok untuk mengekspresikan diri atau identitas mereka. Berkaitan dengan konsumsi, erat hubungannya dengan selera seseorang dalam memilih barang (merek) dari benda yang akan dikonsumsinya. Merek adalah sebuah tanda, nama, logo, ataupun simbol untuk membedakan satu produk dengan produk lain yang sejenis. Merek berfungsi agar konsumen lebih mudah mengingat sehingga mempermudah pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian. Saat ini sebagian besar konsumen mengakui bahwa merek lebih dari sekedar nama, simbol, atau logo. Banyak perusahaan yang meyakini bahwa merek merupakan sebuah aset yang sangat berharga dan merupakan alat pemasaran strategis yang utama.

Perusahaan-perusahaan yang ingin unggul dan memenangkan persaingan harus membangun merek yang baik. Merek yang baik tidak akan menahan informasi atau menolak minat konsumen pada merek, melainkan memberikan kesempatan bagi konsumen untuk berhubungan, belajar dan terlibat. Merek yang baik dan kuat merupakan suatu pembeda yang jelas, bernilai dan berkesinambungan, menjadi ujung tombak bagi daya saing perusahaan, dan sangat membantu dalam strategi pemasaran. Merek yang kuat juga merupakan perekat perusahaan dengan pelanggan dengan cara menciptakan suatu hubungan emosional dengan para pelanggannya. Melalui komunitas merek hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dapat lebih dekat dan berkesinambungan.

Komunitas dengan berbagai merek saat ini sudah menjadi fenomena sosial di Indonesia terutama di Palembang. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya komunitas-komunitas motor dengan jenis merek berbeda yang bermunculan. Komunitas-komunitas tersebut ada yang sengaja dibentuk oleh perusahaan dan ada juga yang memang terbentuk atas keinginan konsumen itu sendiri. Salah satu komunitas dengan merek yang ada di Palembang adalah Yamaha R15 Club Indonesia (CI) Palembang. Yamaha R15 CI Palembang merupakan komunitas penggemar sepeda motor sport

pabrikannya Yamaha. Komunitas ini terbentuk murni atas keinginan para anggotanya tanpa adanya campur tangan dari perusahaan. Jadi tidak ada intervensi terhadap komunitas untuk mempromosikan perusahaan ataupun produk. Komunitas Yamaha R15 CI Palembang terbentuk sebagai sarana berkumpul, komunikasi dan berbagi pengalaman dalam menggunakan sepeda motor R15.

Selain sebagai sarana komunikasi dan sharing pengalaman Komunitas Yamaha R15 CI Palembang juga mengadakan pertemuan-pertemuan yang bertujuan untuk mendekatkan dan mempererat rasa persatuan di antara anggota komunitas. Pertemuan-pertemuan ini ada yang bersifat hiburan, edukatif, dan sosial. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan Yamaha R15 CI Palembang baik melalui media sosial maupun pertemuan langsung maupun secara tidak langsung telah mempromosikan Yamaha R15.

Identitas suatu kelompok yang terbentuk berdasarkan kesamaan minat pada masyarakat modern pada dasarnya menjadi suatu kajian yang menarik untuk dibahas, karena identitas berkaitan dengan karakteristik suatu kelompok sosial sebagai wujud konkret dari masyarakat. Berkaitan dengan hal tersebut, maka penelitian mengenai identitas suatu kelompok pernah dilakukan oleh ahli lainnya. Tetapi sejauh ini kajian mengenai identitas suatu kelompok yang terbentuk atas dasar kesamaan minat tersebut sebatas pada bagaimana identitas dari kelompok tersebut dapat diekspresikan melalui simbo-simbol tertentu yang menjadi ciri khas masing-masing dan mengkaji mengenai alasan para individu membentuk dan bergabung dengan kelompok tersebut. Penelitian ini akan melengkapi penelitian terdahulu dengan kajian yang lebih mendalam lagi, yaitu terkait dengan bagaimana proses pembentukan identitas sosial pada kelompok komunitas Yamaha R15 di kota Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas dapat diketahui bahwa masalah pada penelitian ini adalah munculnya kelompok komunitas Yamaha R15 di kota Palembang sebagai wadah bagi pemilik motor untuk membentuk ikatan sosial. Kelompok komunitas Yamaha R15 ini terbentuk berdasarkan selera seseorang dalam memilih motor sebagai kendaraan dengan satuan merek yang sama. Jenis motor yang dipilih tersebut-pun dapat dikategorikan sebagai motor kelas atas yang terkadang digunakan untuk memperoleh dan

menyatakan diri sebagai kelompok kelas atas dan kebanggaan tersendiri bagi individu yang memiliki jenis kendaraan tersebut.

Pemilihan merek pada kelompok komunitas Yamaha R15 di kota Palembang merupakan sebagai wadah representasi dari kelompok pecinta motor mewah, unik, dan eksklusif yang menunjukkan identitas sebagai kelompok kelas borjuis. Berkaitan dengan hal tersebut, maka dari itu dapat dirumuskan masalah utama penelitian sebagai berikut: “Bagaimana identitas kelompok komunitas Yamaha R15 di kota Palembang”. Untuk dapat menjawab masalah utama pada penelitian tersebut, maka dapat diturunkan menjadi beberapa pertanyaan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana proses dalam pembentukan identitas sosial pada kelompok komunitas Yamaha R15 di kota Palembang ?
2. Apa identitas yang ditampilkan kelompok komunitas Yamaha R15 di kota Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian yang dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui dan memahami identitas sosial kelompok komunitas Yamaha R15 di kota Palembang.

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui dan memahami proses dalam pembentukan identitas sosial pada kelompok komunitas.
- b. Untuk mengetahui dan memahami identitas yang ditampilkan kelompok komunitas.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan, dapat memberikan kontribusi pada pengembangan atau khasanah keilmuan mengenai contoh dari keberadaan kelompok sosial (*social group*) pada peradaban masyarakat modern dalam kajian sosiologi perkotaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan tentang identitas kelompok komunitas motor, sehingga dapat diketahui proses pembentukan identitas dalam konteks keanggotaan didalam kelompok, karakteristik atau ciri khas yang dimiliki kelompok, proses-proses yang berlangsung dalam kelompok, dan hubungan-hubungan yang terjadi didalam kelompok komunitas motor. Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi referensi untuk menambah wawasan masyarakat tentang proses pembentukan identitas dan identitas yang ditampilkan dan diperankan oleh kelompok komunitas motor pada peradaban masyarakat modern.

DAFTAR PUSTAKA

- AbdulSyani. 1992. *Sosiologi, Sistematika, Teori dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Adam, H. Herwantho, 2015, *Interaksi Simbolik Komunitas Pecinta Alam (KPA) Otanaha Di Kota Gorontalo*, Skripsi, Gorontalo, Universitas Negeri Gorontalo.
- Afif, Afthoul. 2015. *Teori Identitas Sosial*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.
- Ahkam, 2016, *Basis Syariah Identitas Kelompok Jihadis*, Jakarta, *Jurnal Ilmu Syariah*, 16 (1): 1
- Ariesta, W. 2014. *Metode Penelitian*, (Online), (<http://journal.eprints.ums.html>, diakses 5 Agustus 2019)
- Faisal, R. 2013. *Fenomena Identitas Diri Mahasiswa Madura Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
- Firmansyah, R dan Handoyono, P. 2014. *Gaya Hidup Komunitas Motor Jupiter di Surabaya*. *Paradigms*, 2 (1) : 1.
- Fuadi, Nur, Agus, 2013, *Fungsi Sosial Keberadaan Komunitas UNNES Vespa Owners (UVO) Semarang*, Skripsi, Semarang, Universitas Negeri Semarang.
- Fulamah, N. 2014. *Konstruksi Identitas Kelompok Penggemar Fanfiction di Kalangan Remaja Urban*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
- Indriyanto, 2008, *Ekologi Hutan*, Jakarta : Bumi Aksara.
- John, Creswell. 2009. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Terjemahan oleh Achmad Fawaid. 2013. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lestari, Indah Puji. 2013. *Interaksi sosial komunitas samin dengan masyarakat sekitar*. Vol. V. No. 1: 74-86.
- Loman, Johannes. 2018. *Asosiasi Sepeda Motor Indonesia* (Online). ([WWW.Aisi.or.id](http://www.aisi.or.id), diakses 10 November 2018).
- Maryam, Umu. 2010. *Pembentukan Identitas Sosial Anak-Anak Berdarah Campuran Kulit Putih dan Aborigin Serta Pengaruhnya Terhadap Konflik Antar Kelompok Dalam Film RABBIT-PROFF FENCE*. Skripsi. Depok. FIB UI.

- Mas'ud. 2014. *Identitas Komunitas Sepeda Motor Suatu Kajian Subkultur di Makassar*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
- Miata, Yulli. 2013. *Dinamika Pembentukan Identitas Sosial Pada Kelompok Straight Edge di Kota Medan*. Tesis tidak diterbitkan. Medan: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Nasrul, Johan. 2014. *Dinamika Pencapaian Identitas Sosial Positif Atas Keistimewaan Yogyakarta*. Yogyakarta. Jurnal Psikologi Integratif. 2(1): 30-41.
- Noverina, Veven Mira. 2017. *Ientitas Kelompok Pecinta Mobil Daihatsu Ayla Palembang*. Skripsi. Unsri.
- Novianti, D. 2013. *Metode Penelitian Sosial*. ([Http//Journal.Repository.UPI.Edu.Html](http://Journal.Repository.UPI.Edu.Html). diakses pada 28 Agustus 2018).
- Nurjaman, I. 2014. *Skuter Sebagai Identitas Komunitas STANG "Scooter Team Anjuk Ladang"*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta.
- Odum, E. P., 1994., *Dasar-Dasar Ekologi*, Yogyakarta : UGM Press
- Permana, Dwi, Rendy, 2011, *Persepsi Masyarakat Surabaya Terhadap Komunitas Motor Gede*, Skripsi, Jawa Timur, Universitas Pembangunan Nasional.
- Pringgoseputro, S. , 1998, *Ekologi Umum*, Yogyakarta: UGM Press
- Rahmawati, S. 2014. *Mendeskripsikan Dasar Pembentukan Kelompok Sosial*. (online). (<http://journal.eprints.uny.html>. Diakses 8 September 2019).
- Resosoedarmo, S., 1989, *Pengantar Ekologi*, Bandung: CV REMADJA KARYA.
- Ritzer, George.2014. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rimzani, Faishal. 2013. *Fenomena Identitas Diri Mahasiswa Madura Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Tesis tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
- Sumardjito.1999. *Permasalahan Perkotaan dan Kecenderungan Individualis Penduduknya*. Cakrawala Pendidikan , (3): 131.
- Sunekis, S dan Haryono.2012. *Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial*. Jurnal Ilmiah CIVIS, 2 (2) : 1.

- Saldana, Johnny, 2009, *The Coding Manual for Qualitative Researchers*, London: SAGE.
- Simamora, S. (2007). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Bina Aksara.
- Soekanto, Soerjono. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Soeriaatmadja, 1989, *Ilmu Lingkungan*, Bandung: ITB Press.
- Strauss, Anselm L, 1987, *Qualitative Analysis for Social Scientist*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Sudarmi, Sri dan W. Indriyanto. 2009. *Sosiologi 1: untuk Kelas X SMA/MA*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabet.
- Syarifuddin. 2014. *Komunitas sabung ayam (studi perilaku menyimpang masyarakat Malakaji kabupaten Gowa)*. Vol. I. No. 1
- Utomo, Joko, dkk. 2016. *Makna Perilaku Simbolik Pada Komunitas Motor Di Kota Kendari (Studi Komunikator Pada Komunitas Motor Triple C Di Kota Kendari)*. Skripsi.
- Yuwafi, Maulana nuski. 2016. *Fungsi Sosial Pada Komunitas Sepeda Motor di Surakarta*. Skripsi