

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin modern dan kemajuan teknologi telah mendorong persebaran informasi secara masif melalui media online, yang mudah diakses masyarakat lewat internet. Situasi ini menyebabkan informasi tersebar luas tanpa batas ke berbagai lapisan masyarakat global, termasuk di Indonesia. Kemudahan dalam menyebarkan informasi melalui internet berdampak pada terjadinya globalisasi. Salah satu akibat globalisasi adalah masuknya pengaruh budaya asing yang dapat memengaruhi masyarakat di suatu wilayah. Pengaruh ini seringkali disampaikan melalui tayangan di internet yang menampilkan kebudayaan dan gaya hidup dari negara lain. Karena kemudahan akses informasi, tren tersebut menyebar ke berbagai negara dan diikuti oleh individu karena dianggap menarik.

Budaya yang tersebar dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti cara berpakaian, jenis makanan dan minuman, kebiasaan, gaya rambut, hingga hobi yang sedang populer. Informasi mengenai budaya ini sering kali disebarkan melalui postingan di media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *Twitter*, serta iklan di televisi. Situasi ini menghasilkan pembentukan makna baru terhadap barang dan kebiasaan dalam kehidupan masyarakat.

Perilaku masyarakat dalam membeli barang sering kali digunakan sebagai cara untuk mengekspresikan identitas mereka yang sesuai dengan kelompok yang diikutinya dalam masyarakat. Akibatnya, kontrol individu dalam membeli barang menjadi hilang, karena mereka akan terus berusaha mendapatkan barang tertentu sebagai cara untuk mencerminkan identitas mereka melalui konsumsi, demi menunjukkan keanggotaan mereka dalam suatu kelompok. Pembelian ini tidak didasarkan pada kebutuhan atau manfaat barang tersebut, melainkan pada seberapa menarik barang tersebut di mata individu.

Kondisi masyarakat di era globalisasi dapat dijelaskan melalui pendekatan teori budaya konsumen oleh Mike Featherstone, yang menyatakan bahwa konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh kepuasan yang muncul dari benda-benda tertentu yang terbentuk secara sosial. Ada aspek simbolik yang dikaitkan dengan barang-barang tertentu, sehingga menciptakan rasa kepuasan dan status yang berbeda berdasarkan bagaimana barang tersebut dinilai. Hal ini terjadi karena setiap individu memiliki cara yang berbeda dalam menggunakan suatu barang untuk membangun ikatan atau menciptakan perbedaan tertentu dalam masyarakat.

Tujuan seseorang dalam membeli barang kini tidak lagi didasarkan pada kebutuhan akan nilai guna barang, tetapi lebih didorong oleh keinginan untuk memenuhi gaya hidup sehari-hari. Individu bersedia mengeluarkan banyak uang demi memuaskan keinginan mereka dalam membeli barang. Menurut Lestari (Mujahidah 2020), perilaku konsumtif adalah perilaku yang mendorong individu untuk membeli barang atau menggunakan jasa semata-mata untuk memuaskan diri, tanpa mempertimbangkan manfaat atau kepentingan dari barang dan jasa tersebut.

Dalam konteks sosiologis, gaya hidup merujuk pada pola hidup khusus yang dimiliki oleh suatu kelompok tertentu (Featherstone, 2001). Dalam masyarakat modern, gaya hidup berperan dalam menentukan sikap, nilai-nilai, kekayaan, dan status sosial individu. Dalam lingkungan masyarakat modern, istilah ini menggambarkan individualisme, ekspresi diri, dan kesadaran individu terhadap gaya hidup. Tubuh, pakaian, komunikasi, hiburan dalam waktu luang, preferensi makanan dan minuman, tempat tinggal, kendaraan, serta sumber informasi yang dipilih dianggap sebagai penanda selera individual dan gaya hidup seseorang (Chaney, 2004).

Masyarakat perkotaan, dipengaruhi oleh fasilitas yang disediakan oleh kota, cenderung mengadopsi gaya hidup yang selaras dengan perkembangan zaman. Gaya hidup mereka seringkali berbeda dari masyarakat desa yang masih mempertahankan tradisi. Gaya hidup mencerminkan kebiasaan yang melekat

pada setiap individu, menjadi suatu kewajiban untuk mencapai kepuasan pribadi, baik itu dengan meniru pola hidup yang ada atau mengembangkan kebiasaan sendiri. Pelaksanaan gaya hidup seseorang bervariasi, tetapi cenderung menjadi dominan jika individu tergabung dalam sebuah kelompok atau komunitas yang memiliki gaya hidup serupa.

Dalam era gaya hidup, aspek penampilan memegang peran sentral. Perhatian terhadap penampilan bukanlah suatu fenomena baru dalam sejarah, telah lama menjadi topik pembicaraan dalam bidang sosiologi dan kritik budaya. Sebagai contoh, Erving Goffman, dalam bukunya "*The Presentation of Self in Everyday Life*" (1959), mengemukakan bahwa kehidupan sosial pada dasarnya adalah pertunjukan teatrikal yang diatur dengan cermat, yang lebih dikenal sebagai pendekatan dramaturgis. Goffman memandang manusia seolah-olah sedang berakting di atas panggung, dan menekankan bahwa berbagai elemen seperti penggunaan ruang, barang-barang, bahasa tubuh, dan ritual interaksi sosial berperan dalam memfasilitasi kehidupan sosial sehari-hari (Ritzer, 2004).

Gaya hidup mencerminkan seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia. Secara umum, dapat dijelaskan sebagai cara individu menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan sekitar (minat), dan bagaimana pandangan mereka terhadap diri sendiri dan dunia sekitar (opini). Artinya, gaya hidup bisa dianggap sebagai tanda pengenal atau kartu identitas bagi anggota dalam suatu kelompok sosial atau komunitas. Identifikasi gaya hidup dapat ditemukan dalam barang-barang sehari-hari yang biasanya memiliki unsur gaya, perilaku individu, serta penggunaan bahasa. Hal ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi semata, tetapi juga sebagai simbol identitas (Siregar, 1985).

Dampak globalisasi memengaruhi pemenuhan tuntutan gaya hidup generasi saat ini. Rahardjo mengungkapkan bahwa gaya hidup merupakan cara yang eksklusif yang dimiliki setiap individu dalam upayanya mencapai tujuan yang

telah mereka tetapkan dalam fase khusus dalam hidupnya di mana individu tersebut berada (Rahardjo, 2007).

Dalam kelompok, terdiri dari sejumlah orang yang merasa sangat terikat satu sama lain, melebihi keterikatan yang umumnya diharapkan, berkat kesamaan minat atau nilai yang mengakibatkan hubungan pribadi yang kuat di antara anggotanya.

Untuk mengestabilkan kerjasama yang efektif antara kelompok dan individu-individunya, diperlukan hubungan dan komunikasi yang efisien di antara anggota-anggota tersebut. Pola komunikasi yang muncul di dalam kelompok dikenal sebagai struktur komunikasi. Struktur komunikasi dalam konteks kelompok merupakan representasi interaksi di mana pesan-pesan ditukar antar anggota kelompok, dan kelompok tidak dapat berfungsi dengan baik tanpa komunikasi ini.

Komunikasi memegang peran yang krusial dalam dinamika sebuah kelompok; melalui komunikasi, kelompok dapat berfungsi sesuai dengan norma-norma yang berlaku dalam lingkungannya. Komunikasi di dalam kelompok melibatkan proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan baik dalam kerangka formal maupun informal (Ayesha, 2020).

Di Kota Sukabumi, terdapat berbagai komunitas dengan beragam nama. Beberapa komunitas terdiri dari anggota dengan merek sepeda motor yang sama, sementara yang lain merupakan gabungan dari berbagai merek. Dalam komunitas sepeda motor di Sukabumi, setiap anggota yang tergabung secara resmi memiliki hak dan perlakuan yang sama. Kebersamaan di komunitas ini tidak dibatasi oleh latar belakang anggotanya, melainkan dianggap sebagai tali persaudaraan dan kekeluargaan (Rusadi, 2015). Salah satu komunitas yang ada adalah komunitas motor Honda CB Sukabumi, yang didirikan pada Juni 2013. Ciri khas komunitas ini adalah anggota-anggotanya memodifikasi sepeda motor mereka dengan mengganti suku cadang asli menjadi motor custom. Selain itu,

komunitas Honda CB ini juga sering mengadakan kontes modifikasi motor yang diikuti oleh anggotanya.

Menurut Ikatan Motor Indonesia (dalam Triyoga, 2017), salah satu kebiasaan yang umum dalam sebuah klub motor adalah memodifikasi motor, seperti menambahkan aksesoris. Modifikasi ini dilakukan oleh para anggota klub motor dengan berbagai alasan, termasuk untuk mengikuti kontes modifikasi atau sekadar sebagai hobi. Bagi para bikers, modifikasi motor tidak hanya berguna untuk menyalurkan kreativitas tetapi juga sebagai cara untuk menunjukkan jati diri.

Dalam konteks modifikasi motor, perilaku membeli barang secara berlebihan dan mengeluarkan biaya lebih hanya untuk memuaskan keinginan adalah contoh perilaku konsumtif. Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan berdasarkan kebutuhan. Sumartono (2002) juga menyatakan bahwa individu yang melakukan pembelian hanya untuk kesenangan belaka biasanya dipengaruhi oleh faktor emosional, seperti perasaan senang atau bangga setelah membeli sesuatu, yang dikenal dengan pembelian tidak rasional. Sugianto (2020) mengungkapkan bahwa perilaku modifikasi motor yang berlebihan dalam komunitas motor sering kali menunjukkan perilaku konsumtif. Perilaku ini dilakukan konsumen semata-mata demi keinginan tanpa pertimbangan rasional, mencakup perubahan pada bagian interior maupun eksterior motor. Anggota komunitas motor Honda CB memodifikasi motor mereka karena menginginkan yang terbaik, sehingga mereka rela mengeluarkan biaya lebih untuk membeli barang dan aksesoris secara berlebihan demi memuaskan keinginan mereka dalam menampilkan sepeda motor mereka (Fazela, 2020).

Secara umum, komunitas motor Honda CB Sukabumi ini didominasi oleh beberapa remaja atau generasi muda karena mereka memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan kecenderungan untuk membeli barang yang kuat. Gaya hidup konsumtif sering ditemukan di kalangan generasi muda, yang cenderung mencari kesenangan dan kepuasan dengan mengonsumsi barang secara

berlebihan. Pernyataan ini didukung oleh hasil riset Primadhyata (2015), yang menunjukkan bahwa setengah dari generasi milenial di Indonesia (50%) membeli barang mewah secara tidak terencana, menjadikan Indonesia salah satu negara paling impulsif di Asia Pasifik (Primadhyata, 2015).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kontrol diri. Kontrol diri membantu individu mengendalikan perilaku mereka dalam mengambil keputusan pembelian dengan mempertimbangkan barang yang akan dibeli (Arum & Khoirunnisa, 2021).

Munandar (2006) menjelaskan bahwa kontrol diri adalah kemampuan untuk mengendalikan atau mengatur perilaku, yang merupakan salah satu aspek kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa. Secara umum, kontrol diri yang rendah menunjukkan ketidakmampuan individu untuk menahan diri dari melakukan sesuatu dan kurang mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri yang tinggi mampu menahan diri dari hal-hal negatif dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang. Kontrol diri membantu individu mengarahkan, mengatur, dan memandu diri mereka ke arah yang positif (Shohibullana, 2014). Individu dengan kontrol diri tinggi akan menggunakan cara yang tepat untuk berperilaku dalam berbagai kondisi, menyesuaikan perilaku mereka sesuai dengan tuntutan keadaan sosial di sekitarnya sehingga mampu mengatur kesan yang ditampilkan oleh perilakunya.

Seperti yang kita ketahui, fenomena sunmori atau yang dikenal sebagai "*Sunday Morning Ride*" dimulai ketika motovlogger menjadi pelopor di kalangan bikers atau penggemar sepeda motor. Tren ini mulai muncul sekitar tahun 2015-2016 ketika pembuat konten otomotif atau yang lebih dikenal sebagai motovlogger mengunggah video di platform YouTube yang menampilkan mereka sedang mengendarai sepeda motor sambil membahas topik tertentu, termasuk ulasan tentang sepeda motor yang mereka gunakan. Istilah sunmori kemudian muncul ketika para motovlogger membuat konten yang menampilkan kegiatan rutin mereka sebagai bikers pada hari Minggu pagi,

salah satunya adalah mencari sarapan bersama dengan komunitas sepeda motor mereka. Dengan berjalannya waktu, kegiatan sunmori ini semakin ramai diikuti oleh para bikers hampir di seluruh kotanya masing-masing, dengan banyaknya para motovlogger yang mengunggah rutinitas mereka ke YouTube dan media sosial pribadi mereka akibatnya, dan akhirnya kegiatan ini semakin ramai di kalangan bikers.

Kegiatan sunmori dianggap mempunyai dampak yang positif bagi pecinta sepeda motor di Sukabumi, karena mereka dapat bertukar informasi tentang dunia motor dan memperkuat solidaritas antar bikers. Seiring berjalannya waktu, kegiatan ini semakin diminati oleh berbagai kalangan, termasuk orang tua dan anak muda yang masih bersekolah. Sunmori telah menjadi rutinitas wajib pada hari Minggu pagi dan merupakan bagian gaya hidup pecinta sepeda motor. Motovlogger menjadikan kegiatan tersebut sebagai konten yang harus mereka unggah setiap minggu, dan seringkali mereka juga mengadakan acara tersebut bersama dengan pengikut mereka. Sebagai hasilnya, banyak bikers di seluruh Indonesia terinspirasi dan mengadakan kegiatan "*Sunday Morning Ride*" di kota mereka masing-masing.

Sukabumi merupakan salah satu kota yang memiliki keragaman, termasuk komunitas bikers dengan berbagai jenis motor, mulai dari cc kecil hingga moge (motor gede). Sunmori pada umumnya hanya berkendara pada hari Minggu pagi, namun baru-baru ini kegiatan tersebut juga menjadi ajang untuk memamerkan diri atau "unjuk gigi". Tidak hanya motor yang menjadi hobi, tetapi juga fashion, karena para bikers tersebut mereka menggunakan outfit berkendara yang harganya cukup fantastis untuk melaksanakan kegiatan sunmori tersebut.

Mengenai sejarah sepeda Motor Honda CB di Indonesia ini, pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1971 dengan 4 kode Honda CB100K1. selain CB100, diproduksi pula tipe dengan kapasitas yang lebih besar yaitu 125cc, 175cc, dan 200cc. Ketiganya tersedia dalam silinder ganda. Sejarah perkembangan Honda CB di Jawa Timur dapat ditelusuri sejak tahun 1995, di

mana komunitas motor Honda CB mulai bermunculan di berbagai kabupaten. Di Indonesia, Honda CB100 menjadi lebih populer karena harganya yang terjangkau dan perawatannya yang mudah. Dalam kurun waktu sekitar sepuluh tahun, dari tahun 1971 hingga 1981, total penjualan Honda CB di Indonesia mencapai enam ratus ribu unit.

Di tengah gencarnya peluncuran motor baru, ternyata eksistensi Honda CB tidak hilang disapu jaman. Bahkan semangat eksklusifnya tetap terjaga. Padahal motor ini sendiri sudah stop produksi 27 tahun lalu. Di Indonesia, produksi Honda CB berlangsung selama 10 tahun dari 1971 hingga tahun 1981. Sejarah Honda CB untuk tumbuh bisa dilihat di wilayah Jawa Timur tercatat mulai tahun 1995. Di setiap kabupaten terus bermunculan komunitas motor Honda CB. Kebangkitan kembali motor ini didominasi model CB 100, dan melebar hingga ke wilayah Jakarta dan sekitarnya pada tahun 2000. Indikasinya, tercatat beberapa nama klub Honda CB di ibukota, yaitu Kumpulan Motor Kolot, HCB (Honda Club Bekasi), Jakarta Motor Tua di wilayah Kalibata, serta HDC (Honda Depok Club). Masih ada nama lain dengan plat komunitas, yaitu “CB Owners Indonesia”. Tren Honda CB di Jakarta makin membawa virus pada kaum muda, setelah sempat muncul di film “Janji Joni” tahun 2005. Berkembangnya komunitas Honda CB diakui oleh Mujiono, ketua Jakarta CB Club. pada penyelenggaraan Jambore Honda CB ke-7 di Jembrana, Bali, yang hadir tidak kurang dari 3.700 orang.

Peneliti memilih komunitas bikers Honda CB di Sukabumi sebagai subjek penelitian karena di kota ini terdapat banyak anak muda, baik pelajar maupun mahasiswa, yang membentuk komunitas bikers. Komunitas ini didasarkan pada merk motor yang mereka gunakan atau sekadar untuk mencari teman bersepeda motor pada hari minggu pagi. Keberadaan beberapa komunitas bikers di Sukabumi memiliki potensi untuk menciptakan kegiatan-kegiatan positif dan merubah pandangan negatif masyarakat terhadap penggemar sepeda motor, yang sering dianggap arogan di jalan.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti berkeinginan untuk meneliti yang dituangkan dalam judul : **POLA GAYA HIDUP KONSUMTIF KOMUNITAS BIKERS HONDA CB SUKABUMI DALAM AKTIVITAS SUNMORI (*SUNDAY MORNING RIDE*) DI SUKABUMI JAWA BARAT**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, terdapat beberapa permasalahan yang perlu dijabarkan penyelesaiannya. Penyelesaian permasalahan ini dapat dilaksanakan dengan merumuskan beberapa pertanyaan. Rumusan masalah pada objek kajian penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pola gaya hidup konsumtif komunitas bikers Honda CB Sukabumi dalam aktivitas *Sunday Morning Ride*?
2. Bagaimana cara para bikers menyikapi pola gaya hidup konsumtif dalam komunitas Honda CB Sukabumi dalam aktivitas *Sunday Morning Ride*?



1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang di atas, penelitian ini dilaksanakan dengan berlandaskan beberapa tujuan. Tujuan umum dari dilaksanakan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola gaya hidup konsumtif bikers Honda CB Sukabumi di Sukabumi dan bagaimana cara para bikers menyikapi pola gaya hidup yang konsumtif dalam komunitas pada saat melakukan aktivitas *Sunday Morning Ride*.

1. Untuk mengetahui pola gaya hidup konsumtif bikers Honda CB Sukabumi dalam aktivitas *Sunday Morning Ride*?
2. Untuk mengetahui bagaimana cara para bikers Honda CB menyikapi pola gaya hidup konsumtif dalam komunitas pada saat melakukan aktivitas *Sunday Morning Ride*?

1.4. Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari uraian diatas, penelitian ini memiliki kegunaan yang dapat diambil, diantaranya :

1. Manfaat Praktis
Dengan disusunnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat melalui analisis yang telah dikaji terhadap para bikers yang senang melakukan aktivitas *Sunday Morning Ride*, sehingga bisa dijadikan bahan untuk berdiskusi dan juga bisa menambah sebuah wawasan mengenai pola gaya hidup konsumtif dalam sebuah komunitas pada saat melakukan aktivitas *Sunday Morning Ride*.
2. Manfaat Akademis
Dari disusunnya penelitian diharapkan bisa memberikan sebuah kontribusi ilmiah terhadap penelitian mengenai pola gaya hidup konsumtif dalam sebuah komunitas dalam aktivitas *Sunday Morning Ride*.

1.5. Kerangka Pemikiran

Bergabung dalam sebuah kelompok atau komunitas memberikan makna lebih pada individu, serta menciptakan persahabatan sehingga seseorang tidak merasa kesepian. Melalui interaksi dalam komunitas, seseorang dapat lebih mudah memahami jati diri dan memperkuat identitasnya di tengah masyarakat. Dalam komunitas, terdapat visi, misi, dan tujuan yang sama yang menyatukan pemikiran anggotanya. Konsep ketergantungan dan saling melengkapi menjadi dasar yang tak terpisahkan bagi setiap anggota dalam komunitas tersebut.

Banyak komunitas yang ada di Indonesia sebagai perwujudan budaya, suku, hingga komunitas gaya hidup. Salah satu komunitas yang ada di Indonesia adalah komunitas motor, komunitas-komunitas ini adalah sekumpulan individu yang mempunyai visi dan misi yang sama dalam suatu hobi yang dimiliki. Banyaknya berbagai komunitas sering kali membuat kita berpikir apakah komunitas tersebut merupakan komunitas yang memiliki sisi positif ataupun negatif. Komunitas motor kebanyakan dipandang oleh masyarakat sebagai komunitas yang memiliki sisi negatif. Karena sering diberitakan di berbagai media cetak maupun media elektronik komunitas motor selalu membuat kerusuhan dan keresahan di masyarakat, sehingga komunitas motor tersebut biasa disebut genk motor oleh masyarakat awam.

Salah satu komunitas motor yang ada yakni adalah komunitas sepeda motor Honda CB yang sedang marak di masyarakat dewasa maupun remaja. Honda CB merupakan sebuah motor klasik yang dulunya tidak begitu banyak orang tertarik untuk mengendarai motor tersebut. Tetapi dengan seiring berjalannya waktu motor klasik ini telah mewabah di berbagai kalangan masyarakat. Pada dasarnya motor CB dahulu memang pernah mengalami masa-masa kejayaan diantara motor yang lain. Pada tahun 1973 hingga tahun 1980-an motor Honda CB mengalami kejayaan. Kejayaan yang pernah terjadi tersebut nampaknya ingin diulang kembali melalui berdirinya komunitas motor lawas. Hal tersebut bukanlah dilakukan oleh pihak agen tunggal pemilik merk (ATPM) Honda, namun dilakukan oleh sekumpulan kalangan masyarakat yang mana mereka

adalah kolektor motor lawas, sekaligus ingin mencoba lagi “menghidupkan” kembali masa kejayaan Honda CB melalui komunitas motor tua. Pada tahun 1971, merk Honda CB pertama kali masuk Indonesia. CB itu sendiri adalah singkatan dari (Contact Breaker/Circuit Breaker). Pada saat itu CB dibawa oleh PT Federal Motor yang berdiri pada tahun 1971, yang sekarang berganti menjadi PT. Astra Honda Motor.

Komunitas motor ini sebagai wadah untuk penggemar motor Honda CB yang dapat menambah interaksi terhadap sesama pecinta motor klasik tersebut. Motor klasik ini tetap eksis sampai sekarang, dan semakin banyak para penggunanya. Akan tetapi bentuk Honda CB sudah banyak yang telah dimodifikasi oleh para penggunanya dengan berbagai macam aliran modifikasi. Modifikasi memang perlu terjadi dimotor ini, khususnya di bagian mesin sebab motor keluaran tahun 60-an ini memang perlu perbaikan di bagian mesin, dan kebanyakan dari spare part dibagian mesin perlu diganti dan perlu peremajaan. Untuk modifikasi bagian body juga tergantung selera sang pemilik motor tersebut, karena modifikasi body juga mengikuti jaman modifikasi yang ada. Adanya komunitas ini juga berfungsi sebagai fasilitas para penggemar Honda CB untuk saling bertukar spare part ataupun ide untuk modifikasi motor yang dimilikinya. Fasilitas ini memberikan dampak positif terhadap para penggemar motor klasik tersebut.

Komunitas motor klasik ini banyak mewabah di berbagai daerah di Indonesia, salah satunya daerah Jawa Barat. Banyak komunitas CB yang tergabung dalam sebuah jambore tingkat daerah atau bahkan tingkat nasional. Komunitas CB Bandung, Bogor, Bekasi, Karawang, Sukabumi dan lain sebagainya. Pesona motor klasik ini telah melekat pada penikmat motor CB di Jawa Barat khususnya di Sukabumi, sebagai salah satu kota atau daerah 5 penikmat CB di Sukabumi lumayan tinggi. Komunitas CB yang ada di Sukabumi salah satunya adalah komunitas CBS atau CB Sukabumi. Hal ini terbukti dengan seringnya diadakannya pertemuan dan sering aktifnya para anggota motor klasik ini dalam mengikuti touring atau jambore yang diadakan

di daerah lain. Identitas negatif yang melekat pada komunitas motor tidak bisa dipungkiri begitu saja, hal tersebut yang ingin dihilangkan dalam komunitas CB Sukabumi khususnya di Sukabumi. Setiap komunitas di Indonesia memiliki perbedaan gaya hidup, bagaimana cara anggota komunitas tersebut memanfaatkan biaya serta waktu. Sebagai salah satu komunitas motor klasik, komunitas ini tentu saja memiliki perbedaan gaya hidup dengan komunitas motor lainnya yang ada di Indonesia.

Sebuah komunitas pada dasarnya memiliki sesuatu yang identik dengan berbagai macam aktivitas yang biasa dilakukan oleh komunitas tersebut, salah satu aktivitas yang sering dilakukan di kalangan komunitas saat ini yaitu aktivitas yang biasa dilakukan komunitas di hari minggu pagi yaitu mengenai sunmori atau *Sunday Morning Ride*.

Sunmori atau yang sering kita dengar dengan *Sunday Morning Ride* adalah suatu kegiatan berkendara di hari Minggu pagi yang sering dilakukan oleh para pecinta otomotif, terutama mereka yang memiliki hobi di dunia permotoran. Istilah *Sunday Morning Ride* ini mulai ramai sejak tahun 2016, karena pada saat itu ada beberapa content creator yang memiliki hobi dalam dunia permotoran, mereka para content creator ini sering membagikan tentang konten-konten yang mereka buat mengenai hobi mereka di dunia permotoran, terutama yaitu *Sunday Morning Ride*. Seiring berjalannya waktu *Sunday Morning Ride* ini makin dikenal oleh banyak orang dari berbagai jenis kalangan, mulai dari anak sma, kuliah, remaja, laki-laki dan perempuan, bahkan hingga orang tua sekalipun banyak yang menyukai kegiatan *Sunday Morning Ride* ini.

Pada umumnya kegiatan ini biasa dilakukan oleh sekelompok komunitas motor, walaupun sebenarnya tidak ada aturan khusus bahwa *Sunday Morning Ride* ini harus dilakukan oleh sekelompok komunitas, banyak juga orang yang melakukan kegiatan ini dengan solo riding, tetapi memang mayoritas orang yang melakukan kegiatan sunmori ini memang biasa dilakukan secara berkelompok, karena memang kegiatan sunmori ini akan jauh lebih

menyenangkan apabila dilakukan secara berkelompok bersama rekan-rekan yang mempunyai hobi yang sama.

Kegiatan utama *Sunday Morning Ride* ini tentu sudah jelas yaitu berkendara di pagi hari minggu, keliling kota menikmati jalanan yang sejuk, mencari sarapan bersama teman, itu semua merupakan kegiatan utama dari kegiatan sunmori ini. Selain kegiatan tersebut, *Sunday Morning Ride* juga memiliki beberapa hal yang cukup bermanfaat dari dilaksanakannya kegiatan ini, seperti bisa menghilangkan rasa stres karena sunmori ini termasuk kedalam sebuah hobi, yang dimana setiap orang yang memiliki sebuah hobi apabila hobi itu tersalurkan pasti orang tersebut merasa senang dan bahagia, dari situlah rasa stres yang dirasakan seseorang bisa hilang karena hobi tersebut salah satunya yang memiliki hobi melakukan kegiatan sunmori, kemudian manfaat lainnya dari kegiatan ini bisa mendapatkan sebuah pengalaman yang baru dan menambahkan sebuah relasi bersama orang lain, karena dari kegiatan *Sunday Morning Ride* ini kita akan bertemu dengan banyak orang yang dimana orang-orang tersebut memiliki pengalaman yang berbeda-beda terutama dalam bidang dunia permotoran. Dari pertemuan tersebut kita bisa berinteraksi satu sama lain dengan orang-orang baru, kita bisa bertukar pikiran, ngobrol bersama, menjalin silaturahmi sehingga bisa membuat kita jauh lebih akrab dengan orang baru.

Sunday Morning Ride ini memang memiliki beberapa hal yang bermanfaat, tetapi terlepas dari hal tersebut tidak bisa dipungkiri *Sunday Morning Ride* juga memiliki hal yang negatif. Hal negatif dari *Sunday Morning Ride* ini biasanya hal tersebut dilakukan oleh sekelompok oknum yang tidak bertanggung jawab, beberapa contoh hal negatif dari *Sunday Morning Ride* ini yaitu seperti berkendara dengan ugal-ugalan. Beberapa oknum yang melakukan kegiatan *Sunday Morning Ride* ini terkadang mereka berkendara secara kebut-kebutan dan ugal-ugalan, yang dimana hal tersebut jelas berbahaya untuk pengendara lain terutama terhadap dirinya sendiri.

Untuk mengkaji masalah ini peneliti menggunakan teori tindakan rasional dari Max Weber. Weber menyatakan empat faktor yang mempengaruhi tindakan sosial seseorang, yaitu: Tindakan sosial murni (*zweck rational*), Tindakan sosial nilai (*wert rational*), Tindakan sosial emosional (*affectual*), dan Tindakan sosial tradisional (*traditional*).

Perilaku sosial yang dapat dijelaskan oleh perhitungan “rasional” yang dilakukan seorang individu yang menjadi latarbelakang adanya tindakan sosial individu. Individu disini dapat dikatakan sebagai agen rasional yang memaksimalkan kepentingannya dalam kehidupan sehari-harinya. Dalam konteks Islam, perilaku sosial membentuk bagian integral dari kehidupan berkelompok. Manusia, dalam dimensinya yang tak terlihat, memiliki beragam naluri, termasuk naluri baik dan buruk. Naluri baik tersebut diakui sebagai fitrah, yang merupakan aspek positif dari manusia sebagai makhluk sosial. Sementara itu, naluri buruk, jika tidak dipandu oleh fitrah dan ajaran agama, dapat menjadi kecenderungan yang bersifat negatif. Seperti apa yang di jelaskan dalam Al-Qur’an surah Az-Zukhruf ayat 32:

بَعْضٍ فَوْقَ بَعْضِهِمْ وَرَفَعْنَا الدُّنْيَا الْحَيٰوةَ فِي مَعِيشتِهِمْ بَيْنَهُمْ قَسَمْنَا نَحْنُ رَبُّكَ رَحْمَةً يَّسْمُونَ اٰهْمُ
يَجْمَعُونَ مِمَّا خَيْرُ رَبِّكَ وَرَحْمَتٌ سَخِرِيًّا بَعْضًا بَعْضُهُمْ لِيَتَّخِذَ دَرَجَاتٍ

Artinya: Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami lah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.

Surat Az-Zukhruf ayat 32 berbicara tentang pembagian rezeki di antara manusia oleh Allah SWT. Ayat ini menekankan bahwa Allah-lah yang menentukan siapa yang mendapatkan lebih banyak rezeki dan siapa yang mendapatkan lebih sedikit, berdasarkan kebijaksanaan-Nya. Hal ini mengajarkan bahwa perbedaan dalam kekayaan dan rezeki adalah bagian dari

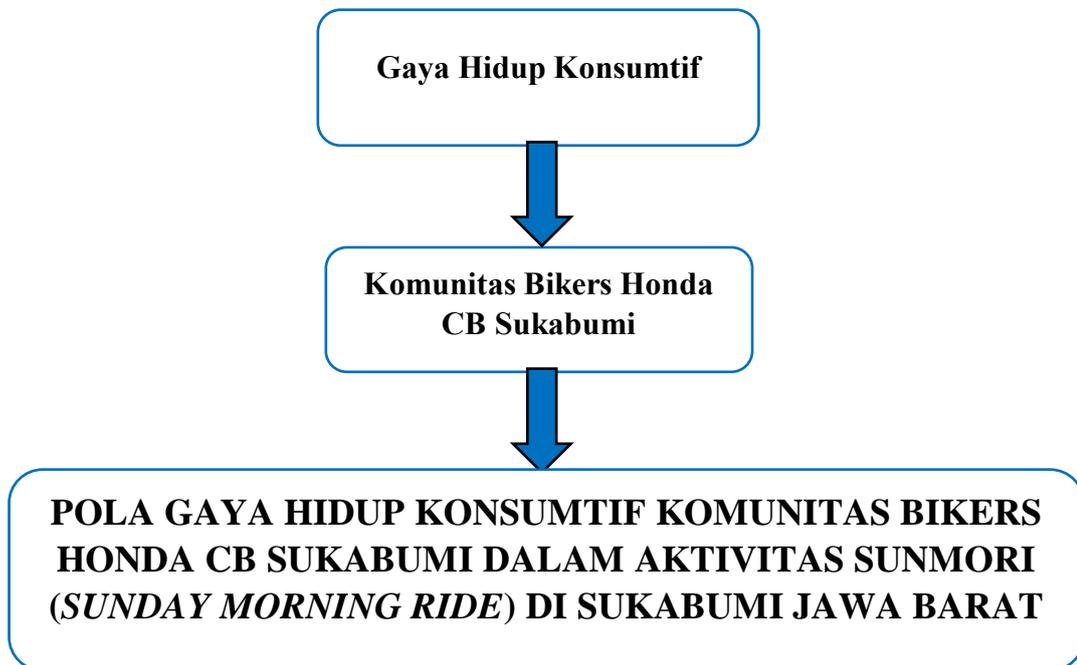
rencana Allah untuk menguji manusia dan menilai bagaimana mereka menggunakan apa yang diberikan kepada mereka.

Dalam konteks pola gaya hidup konsumtif, ayat ini mengingatkan kita untuk tidak terjebak dalam keserakahan atau keinginan untuk selalu memiliki lebih banyak harta atau barang demi gaya hidup yang lebih mewah. Konsumtisme, yang mendorong seseorang untuk terus-menerus membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan, bisa menjauhkan kita dari kesadaran bahwa semua yang kita miliki adalah titipan dari Allah, dan harus digunakan dengan bijak.

Ayat ini juga mengajarkan kita untuk tidak iri hati terhadap orang lain yang mungkin memiliki lebih banyak harta, melainkan bersyukur dengan apa yang telah Allah berikan dan menggunakannya dengan cara yang baik. Dengan demikian, pola hidup konsumtif yang berlebihan bertentangan dengan pesan yang terkandung dalam ayat ini, karena pola hidup seperti itu sering kali didorong oleh keinginan untuk menunjukkan status sosial atau untuk memuaskan nafsu duniawi, bukan karena kebutuhan yang sebenarnya.

Pada dasarnya teori tindakan rasional ini lebih menitik beratkan pada tindakan-tindakan individu yang dilakukan karena adanya sebuah pertimbangan yang logis mendapatkan keuntungan dengan pertimbangan tersebut. Bukan hanya mementingkan kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan melalui rasionya tapi juga atas dasar pencapaian kepentingan yang akan didapatkan.

Melalui teori tindakan ini, kita dapat menggunakan pemahaman tentang tindakan rasional dan motivasi individu untuk menjelaskan mengapa seseorang memilih pola gaya hidup tertentu yang terkait dengan kendaraan motor berdasarkan kepuasan pribadi dan kesenangan. Dalam analisis semacam ini, faktor-faktor seperti kepuasan, kebebasan, komunitas, identitas, estetika, dan kontrol dapat menjadi pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, maka peneliti membuat kerangka berfikir seperti berikut ini:



Gambar 1.1 Skema Konseptual

