

PERILAKU KONSUMTIF DAN BENTUK GAYA HIDUP

(Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club
(BKRC) *Chapter* Malang)

Oleh :

Galih Ika Pratiwi
NIM. 0811213044

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang pandangan dan pendapat informan mengenai aktivitas dan hobinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota komunitas motor BKRC *Chapter* Malang yang menunjukkan suatu gaya hidup.

Penelitian ini menggunakan salah satu teori postmodern, yaitu teori masyarakat konsumsi Jean Paul Baudrillard untuk menganalisis perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota komunitas motor BKRC *Chapter* Malang yang menunjukkan suatu gaya hidup. Baudrillard mengembangkan konsep mengenai masyarakat konsumsi menjadi tiga yaitu, nilai guna, nilai tanda, dan simulakra. Nilai guna merupakan fungsi dari suatu komoditas yang dikonsumsi. Nilai tanda merupakan suatu simbol yang melekat pada suatu komoditas tertentu. Simulakra merupakan ruang yang dihasilkan dari simulasi yang berisikan realitas-realitas semu. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam lagi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh informan dalam menunjang hobinya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi partisipan, dan studi pustaka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bergesernya dari nilai guna ke nilai tanda menghasilkan suatu simulasi. Nilai guna dalam penelitian ini meliputi fungsi dari komoditas-komoditas yang digunakan oleh informan dalam menunjang hobi. Nilai tanda merupakan penanda yang melekat pada suatu komoditas yang digunakan oleh informan. Simulasi merupakan percobaan pergeseran makna dari nilai guna ke nilai tanda yang menghasilkan simulakra yang berisikan realitas semu. Sehingga kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan oleh informan dalam menunjang hobi sebagai *riders* dari motor keluaran Kawasaki tidak terlepas dari kegiatan konsumsi.

Kata Kunci: BKRC Chapter Malang, Hobi, Konsumsi, dan Simulasi

ABSTRACT

This study examines the informants' point of views on their activities and hobbies. The purpose of this study was to analyze consumptive behavior conducted by members of the community of Kawasaki motorcycle BKRC Malang to express their lifestyle.

This study implemented the conceptual framework of consumption society by Jean Paul Baudrillard in order to analyze consumptive behavior among members of the community of Kawasaki motorcycle BKRC Malang. Baudrillard developed the concept of consumer society three main idea, namely, a use value, the value sign, and simulacra. A use value is the function of the consumed commodity. Sign value is a symbol attached to a commodity. Simulacra is generated from the simulation containing pseudo realities. Therefore, as a researcher I was interested in exploring deeply about the activities undertaken by informant in supporting their hobbies. This study implemented the qualitative method of phenomenological approach. Data collection technique were conducted by interviews, participant observation, and literature study.

The results of this study indicated that there was a shift from use value to sign value. A use value in this study included the function of commodities used by informants in supporting their hobbies. The value sign was a marker attached to a commodity used by informants. Simulation are experimentals shift to the meaning of usevalue into value sign in order to are generate simulacra containing pseudo-realities. So that the activities do by informants in supporting the hobby as riders of Kawasaki motor can't be separated from consumption activities.

Keywords: BKRC Chapter Malang, Hobby, Consumption, and Simulation

A. BKRC Chapter Malang, Hobi, Konsumsi, dan Simulasi

Konsumsi merupakan aktivitas manusia yang paling mendasar. Konsumsi dimaknai secara beragam, baik makna luas maupun makna sempit. Makna sempit seperti yang dikemukakan oleh Mary Douglas dan Baron Isherwood (dalam Adlin, 2006, hlm. 391) bahwa konsumsi sebagai penggunaan hak milik yang bernilai material, yaitu menghabiskan nilai material itu sendiri. Definisi tersebut kurang melingkupi keseluruhan dari konsumsi seperti yang diungkapkan oleh Piliang. Piliang (dalam Adlin, 2006, hlm. 391) mengemukakan makna konsumsi secara luas yaitu kenyataan bahwa orang tidak hanya mengonsumsi yang bersifat material saja akan tetapi orang juga mengonsumsi sesuatu yang non material, seperti pemikiran dan ide. Ketika orang berfikir dan memunculkan ide secara berulang, berarti orang tersebut melakukan konsumsi yang bersifat non material.

Sementara Soebiyakto (1988, hlm. 17) menjelaskan bahwa konsumsi merupakan suatu pemenuhan kebutuhan yang diperlukan sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Konsumsi yang dilakukan berdasarkan keinginan menimbulkan suatu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif biasanya menjelaskan tentang keinginan

seseorang untuk mengonsumsi barang maupun jasa secara berulang-ulang dan berlebihan yang sebenarnya kurang bahkan tidak diperlukan dan bukan menjadi kebutuhan pokok, sehingga perilaku konsumtif cenderung mengarah pada perilaku yang boros (menghambur-hamburkan uang) yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan pokoknya.

Soebiyakto (1988, hlm. 17) juga menegaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu hal dimana seringkali konsumen membeli suatu barang maupun suatu produk demi sebuah pengakuan maupun penghargaan, dimana bahwa secara nyata komoditas produk tersebut kurang dibutuhkan bahkan tidak dibutuhkan. Misalnya saja seperti yang terjadi pada anggota komunitas motor BKRC *Chapter* Malang, dimana dalam komunitas motor tersebut terdapat beberapa anggotanya yang hobi menggonta-ganti motor Kawasaknya, hobi mengganti dengan sparepart asli dengan sparepart variasi, dan memberikan hiasan-hiasan seperti stiker atau memilih motor karena kriteria-kriteria tertentu yang melebihi fungsi asli motor sebagai alat transportasi hanya dengan alasan karena sudah menjadi cita-cita untuk mempunyai motor tersebut serta alasan karena tidak banyak yang menggunakan, dan lain-lain. Ada beberapa juga yang mengonsumsi atau mempunyai motor keluaran Kawasaki baik sejenis maupun beda jenis lebih dari satu buah motor.

Masyarakat modern adalah masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi. Namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Masyarakat modern tidak cukup hanya mengonsumsi sandang, pangan, dan papan saja untuk dapat bertahan hidup. Meskipun secara biologis kebutuhan makanan dan pakaian telah cukup terpenuhi, namun untuk kebutuhan dalam tatanan pergaulan sosial dengan sesama manusia lainnya, manusia modern harus mengonsumsi lebih dari itu. Dapat dikatakan bahwa masyarakat modern saat ini hidup dalam budaya konsumen. Sebagai suatu budaya, konsumsi sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan mampu menstruktur kegiatan keseharian di masyarakat. Nilai-nilai pemaknaan dan harga diri menjadikan sesuatu yang dikonsumsi menjadi semakin penting dalam pengalaman personal dan kehidupan sosial masyarakat. Konsumsi telah masuk ke dalam rasionalitas berpikir masyarakat dan teraplikasikan dalam kehidupan sehari-hari (Ulfa, 2014, hlm. 34).

Contoh aplikasi dalam kehidupan sehari-hari sangat terlihat pada beberapa anggota komunitas motor BKRC *Chapter* Malang. BKRC merupakan singkatan dari Bike of Kawasaki Riders Club. BKRC *Chapter* Malang merupakan suatu komunitas motor resmi yang dibentuk oleh pabrik Kawasaki. Komunitas motor BKRC *Chapter* Malang tidak dibatasi oleh jenis motor dari pabrik Kawasaki, komunitas motor BKRC *Chapter* Malang didirikan khusus bagi para pengguna motor keluaran Kawasaki. BKRC *Chapter* Malang merupakan salah satu bagian dari komunitas motor BKRC Indonesia. BKRC *Chapter* Malang dibentuk pada 26 Februari 2006, dan resmi didirikan pada 19 Agustus 2006 dengan anggota awal berjumlah 55 orang. Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) merupakan wadah untuk menyalurkan hobi otomotif seperti touring, gathering, stel mesin, dan modifikasi. Saat ini komunitas

motor BKRC *Chapter* Malang mendapat jatah tempat untuk kopdar di Simpang Balapan di Jalan Ijen (samping Alfamidi Simpang Balapan) Malang (BKRC Malang, 2010).

Anggota komunitas motor BKRC *Chapter* Malang dapat dijadikan sebagai contoh masyarakat modern karena dari seringnya mereka mengikuti dan mengadakan acara dan kegiatan rutin. Acara-acara seperti ulang tahun BKRC luar Malang yang hampir tersebar di seluruh Indonesia, acara ulang tahun komunitas lain, dan lain-lain. Kegiatan yang rutin diadakan seperti kopdar yang diadakan satu minggu sekali, kopdar gabungan, touring, touring gabungan, dan lain-lain. Acara dan kegiatan tersebut diluar aktivitas di setiap harinya seperti janji dan bertemu di bengkel variasi, di kafe-kafe, bahkan di pub hanya untuk sharing-sharing dan menikmati waktu luang. Baik acara yang diadakan maupun kegiatan yang dilakukan sebagai suatu alat penunjang hobi sebagai *riders* bagi anggota komunitas motor BKRC *Chapter* Malang. Acara dan kegiatan yang dilakukan sudah merupakan suatu hal yang dilakukan diluar kebutuhan pokok. Kegiatan dan acara yang dilakukan sebagai penunjang hobi tersebut menunjukkan suatu gaya hidup sosial anggota komunitas motor BKRC *Chapter* Malang.

Secara nyata kegiatan konsumsi pada masyarakat modern dapat dilihat dan dibuktikan melalui bagaimana rasionalitas konsumsi telah beroperasi pada masyarakat budaya konsumtif. Untuk setiap harinya, begitu banyak waktu yang biasa dihabiskan untuk berkonsumsi, berpikir tentang apa yang dikonsumsi serta menyiapkan apa yang akan dikonsumsi. Sebagian besar orang merasa memerlukan pekerjaan untuk bisa berkonsumsi, melanjutkan pendidikan demi bisa berkonsumsi lebih baik, menilai orang lain dengan apa-apa yang konsumsinya, menunjukkan identitas diri dengan benda-benda konsumsi, serta segala sesuatu hal yang berhubungan dengan orang lain berdasarkan keterikatannya pada benda-benda yang di konsumsi, dan lain sebagainya (Ulfa, 2014, hlm. 34). Termasuk pemilihan jenis kendaraan yang juga merupakan suatu hal yang tidak kalah penting ketika mulai membahas masyarakat modern.

Pemilihan jenis kendaraan dalam masyarakat modern seringkali dikaitkan sebagai suatu alat penunjang hobi bagi mereka. Begitu pula seperti yang terjadi pada komunitas motor BKRC *Chapter* Malang, dimana terdapat beberapa anggota komunitas motor BKRC *Chapter* Malang yang mengonsumsi atau memilih motor keluaran Kawasaki dengan jenis-jenis tertentu. Mereka mengonsumsi motor keluaran Kawasaki tersebut pun juga dengan alasan-alasan tertentu pula seperti misalnya, tidak banyak yang menggunakan, karena sudah menjadi cita-citanya sejak dulu untuk memiliki motor tersebut, dan alasan lainnya, yang kemudian merujuk pada suatu pemenuhan kebutuhan hobi mereka sebagai masyarakat *modern*. Pemilihan dan alasan yang melebihi fungsi asli motor sebagai alat transportasi yang kemudian menggambarkan kebiasaan masyarakat konsumtif, yang melakukan aktivitas konsumsi tidak lagi berdasarkan pada kebutuhan-kebutuhan sebagai manusia. Pemilihan dan alasan yang kemudian merujuk pada suatu perilaku yang orientasinya untuk menarik perhatian atau penghargaan dari pihak lain, sehingga

dapat dikatakan sebagai gaya hidup. Gaya hidup akan mempengaruhi keinginan seseorang untuk berperilaku dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang (Kasali, 1998, hlm. 225). Gaya hidup dan kepemilikan barang-barang mewah untuk saat ini sudah merupakan bentuk pengaktualisasian diri agar dianggap dapat meningkatkan status sosialnya dalam kehidupan bermasyarakat. Sehingga ketika masing-masing anggota dalam suatu komunitas memiliki kecenderungan yang berbeda dalam memandang suatu kepentingan gaya hidup dan pola perilaku konsumtif merupakan suatu hal yang wajar dan manusiawi terjadi. Begitu pula seperti yang terjadi pada komunitas motor BKRC *Chapter* Malang. Terdapat beberapa anggotanya yang tidak segan untuk mengganti motor Kawasaknya, mengganti sparepart asli dengan variasi, serta tak jarang juga menambahkan stiker-stiker pada motornya agar terlihat lebih menarik. Kepemilikan barang mewah seperti motor *sport* dan motor *gede* merupakan bentuk pengaktualisasian diri dari beberapa anggota komunitas motor BKRC *Chapter* Malang.

Gaya hidup adalah seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu. Gaya hidup dapat diartikan sebagai pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Seperti yang terjadi pada beberapa anggota komunitas motor BKRC *Chapter* Malang, dimana ada beberapa anggota yang merasa bahwa motor keluaran Kawasaki yang ia miliki lebih mempunyai *prestige* dibandingkan motor lain. Gaya hidup dapat membantu memahami, menjelaskan, namun bukan membenarkan apa yang orang lakukan, mengapa orang melakukan hal tersebut, dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Hal tersebut tidak berarti bahwa gaya hidup bersangkutan dengan kehidupan setiap orang. Gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari manusia di dunia *modern*. Gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh mereka yang tidak hidup dalam masyarakat *modern* (Chaney, 1996, hlm. 40).

Pernyataan di atas merujuk pada suatu pengertian dimana konsumsi dan gaya hidup hanya terjadi atau dialami oleh manusia atau masyarakat yang hidup di dunia *modern*. Mulai dari konsumsi yang merupakan aktivitas manusia yang paling mendasar yang dilakukan manusia, kemudian konsumsi dijadikan suatu alat pemenuhan kebutuhan, hingga konsumsi dijadikan suatu alat pemenuhan keinginan dan yang dilakukan secara berulang-ulang oleh beberapa anggota komunitas motor BKRC *Chapter* Malang, yang kemudian merujuk pada suatu gaya hidup yang ditampilkan oleh anggota komunitas BKRC *Chapter* Malang. Untuk memenuhi kebutuhannya masyarakat *modern* mempunyai kriteria-kriteria tertentu untuk dikonsumsi. Masyarakat *modern* saat ini dapat dikatakan hidup dalam budaya konsumen, karena dalam masyarakat *modern* bukan hanya kebutuhan biologis saja yang harus terpenuhi, namun untuk kebutuhan dalam tatanan pergaulan sosial dengan orang lain, manusia dalam masyarakat modern harus mengonsumsi lebih dari itu. Masyarakat modern untuk setiap harinya, begitu banyak waktu yang biasa dihabiskan untuk berkonsumsi, berpikir tentang apa yang dikonsumsi serta menyiapkan apa yang akan dikonsumsi. Begitu pula seperti yang dilakukan oleh anggota komunitas motor

BKRC *Chapter* Malang, dimana pemilihan jenis kendaraan, pemanfaatan waktu luang, dan lain-lain menjadi hal yang penting dan perlu diperhatikan dan dipertimbangkan. Sehingga nilai pemaknaan dan harga diri menjadikan sesuatu yang dikonsumsi menjadi semakin penting dalam pengalaman personal dan kehidupan sosial masyarakat. Hal tersebut menandakan bahwa dengan adanya masyarakat *modern* dapat membentuk suatu gaya hidup dalam suatu masyarakat. Gaya hidup sangat berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh mereka yang tidak hidup dalam masyarakat *modern*.

Melalui tulisan ini, penulis menuangkannya dalam kajian penelitian yang berjudul “**PERILAKU KONSUMTIF DAN BENTUK GAYA HIDUP**(Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) *Chapter* Malang)”. Berdasarkan latar belakang kajian penelitian tersebut, penulis mengklasifikasikan 2 rumusan masalah, yakni: 1) Bagaimanakah perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota komunitas motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) *Chapter* Malang untuk menunjang hobi otomotif mereka sebagai *riders*?. 2) Bagaimanakah relasi perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota komunitas motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) *Chapter* Malang sebagai suatu gaya hidup?

Dalam tulisan ini digunakan teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard untuk menganalisis. Teori tersebut memberi penjelasan mengenai adanya nilai guna, nilai tanda, dan simulacra dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan. Baudrillard berpedoman pada pendekatan psikoanalisis Lacanian dan strukturalisme Sausurrian, serta mengadopsi sistem hubungan antara objek dan komoditas Baudrillard mulai merambah ke pemikiran Marxis dengan fokusnya terhadap masyarakat konsumen. Baudrillard mengadopsi pemikiran Sausure mengenai bahasa, Baudrillard melihat objek konsumsi sebagai sesuatu yang mempunyai makna tertentu dari sebarang ekspresi yang telah lebih dulu ada sebelum komoditas. Bagi Baudrillard bahasa lebih diartikan sebagai suatu sistem klasifikasi terhadap objek. Pada masyarakat konsumen “kebutuhan” ada karena diciptakan oleh objek konsumsi. Objek yang dimaksud adalah klasifikasi objek itu sendiri atau sistem objek, bukan objek itu sendiri sehingga konsumsi diartikan sebagai suatu tindakan sistematis pemanipulasian tanda-tanda (*systemic act of manipulation of signs*). Dengan demikian apa yang dikonsumsi tersebut sebenarnya bukanlah objek itu sendiri melainkan sistem objeknya tersebut (Dermatoto, 2009, hlm. 13). Maraknya, fenomena masyarakat konsumen saat ini bisa dilihat melalui komoditas apa yang mereka konsumsi, dimana mayoritas masyarakat modern saat ini lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, dan mengabaikan fungsi asli dari komoditas yang dikonsumsi tersebut. Misalnya, contoh: ketika orang membeli makan, dimana makan merupakan kebutuhan pokok yang harus terpenuhi, memilih makanan dengan tempat yang bersih nyaman dan mengutamakan tata cara maupun gaya dari penampilan dan penyajian makanan, yang lebih merayakan gaya makan dari pada fungsi utama dari makan.

Metode penelitian yang digunakan berjenis kualitatif yang merupakan suatu pendekatan yang bermaksud memahami suatu fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya saja perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara utuh dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah yang ada (Moleong 2002, hlm. 3). Pendekatan penelitian menggunakan fenomenologi karena penelitian fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu dari orang-orang yang sedang ditelitinya. Sehingga penelitian fenomenologi merupakan suatu penelitian yang didasarkan atas pengalaman pribadi yang terjadi dalam kesadaran dari diri subjek penelitian. Sehingga penelitian fenomenologi bersifat subjektif (Moleong 2002, hlm. 9)

Metode fenomenologi dirasa tepat digunakan karena di dalam penelitian ini, karena subjek dalam penelitian ini merupakan orang yang secara sadar mengikuti kegiatan yang ada pada komunitas motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) *Chapter* Malang yang dapat membantunya melakukan perilaku konsumsi sebagai suatu gaya hidup. Analisis data menggunakan teknik *horizontalizing data, thematic portrayal, individual textural description, individual structural description, composite structural description* (Moustakas, 1994, hlm 118-122).

Penentuan informan penelitian menggunakan teknik *purposive* digunakan untuk penentuan informan yang dijadikan petunjuk untuk mendapatkan informasi yang lain (Wisadirana, 2005, hlm. 10). *Purposive* merupakan teknik pengambilan informan yang akan menjadi sumber informasi yang akan diolah menjadi data dengan pertimbangan tertentu. Proses penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive* karena dalam penelitian ini peneliti telah menetapkan informan-informan yang nantinya akan diwawancarai secara mendalam guna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Kriteria-kriteria informan dalam penelitian ini antara lain : 1) Informan merupakan individu yang tergabung secara resmi dalam komunitas motor Bike Of Kawasaki Riders Club (BKRC) *Chapter* Malang. 2) Informan merupakan individu yang mengetahui seluk beluk motor Kawasaki *all variant*. 3) Informan merupakan individu yang belum menikah. 4) Informan merupakan individu yang aktif dalam kegiatan di komunitas motor Bike Of Kawasaki Riders Club (BKRC) *Chapter* Malang. 5) Informan merupakan individu yang secara sukarela bersedia menjadi informan.

B. Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) : Antara Hobi dan Ikatan Komunitas Resmi

1) Pandangan Informan Mengenai Hobi dan Komunitas

Pandangan serta pendapat informan pada bab ini berkaitan dengan hobi informan dan ikatan komunitas motor BKRC *Chapter* Malang yang merujuk pada suatu perilaku konsumtif sebagai gaya hidup. Peneliti akan menemukan dan menganalisis lebih dalam, untuk mencari tahu apa yang sebenarnya dilakukan informan dalam memenuhi hobinya terhadap komunitas motor BKRC *Chapter* Malang, serta hal-hal apa yang melatar belakangi informan melakukan hal-hal

tersebut. Berdasarkan asumsi bahwa pandangan informan terkait dengan perilaku konsumtif sebagai gaya hidup.

Kegiatan atau perilaku konsumsi merupakan hal yang seringkali tidak disadari oleh pelakunya karena alasan sebagai pemenuhan kebutuhan. Kebutuhan yang berlebihan memunculkan suatu keinginan, sedangkan pemenuhan kebutuhan yang berlebihan memunculkan perilaku konsumtif. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2002, hlm. 192), gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Gaya hidup merupakan tindakan seseorang yang tujuannya untuk mencari perhatian dari pihak lain guna mendapatkan perhatian dan penghargaan. Berdasarkan pandangan informan mengenai hobi dan komunitas diatas terdapat dua sub tema yang dapat membantu menjelaskan mengenai hobi dan komunitas, sub tema tersebut diantaranya :

a) BKRC Chapter Malang Sebagai Wadah Penyalur Hobi

Secara garis besar BKRC merupakan suatu komunitas motor resmi seperti kebanyakan komunitas-komunitas motor lainnya. Hal yang menjadikan BKRC lebih istimewa yaitu, BKRC merupakan komunitas motor yang resmi dibentuk langsung oleh pabrik Kawasaki. BKRC tergabung dalam komunitas besar BKRC Indonesia yang dibawah langsung oleh PT. KMI (Kawasaki Motor Indonesia) yang merupakan pabrik motor Kawasaki yang ada di Indonesia, dan komunitas kelas internasional *Riders Of Kawasaki* (ROK) yang dibawah langsung oleh pabrik pusat Kawasaki Jepang (Kawasaki Heavy Industries) Jepang. Selanjutnya yang membuat BKRC lebih menarik lagi adalah, komunitas motor BKRC tidak membatasi jenis motor, sehingga semua pengguna motor keluaran Kawasaki dapat bergabung dalam komunitas motor BKRC. BKRC dibentuk oleh pabrik Kawasaki khusus untuk semua pengguna motor dari pabrik Kawasaki untuk semua jenis, mulai dari jenis bebek, *moge*, sampai motor *sport* nya Kawasaki.

Tahap ini peneliti akan menunjukkan kembali ulasan dari cerita informan yang telah ditranskrip kedalam horisonalisasi data mengenai hobinya dalam komunitas motor BKRC *Chapter* Malang. Komunitas merupakan wadah atau tempat yang dibangun berdasarkan kategori-kategori tertentu, hal yang sering dijadikan alasan mendirikan komunitas biasanya komunitas digunakan sebagai tempat penyaluran hobi, dan sebagai ajang memperbanyak teman dengan mempunyai hobi yang sama. Hobi merupakan kegiatan yang digemari oleh setiap individu. Hobi biasanya dilakukan untuk mengisi waktu luang dan memperbanyak teman dengan hobi yang sama dengan cara melakukan kegiatan yang digemari.

Informan menceritakan bahwa, selain sebagai pengguna motor dari pabrik Kawasaki, informan juga mengakui bahwa dirinya sudah menyukai motor keluaran Kawasaki sejak informan masih kecil dan informan pun bercita-cita ingin mempunyai motor keluaran Kawasaki dengan jenis tertentu. Berikut kutipan pernyataan informan bahwa

“...BKRC itu kan all variantnya Kawasaki ya, jadi dulu sebelum aku pake motorku yang sekarang ini, awalnya aku dulu pake motor Kaze R110 itu dulu pas masih ikut-ikutan sama mas sepupuku, habis itu pake ZX 130, terus ganti lagi sama Ninja KR 150 L, terus terakhir aku pake Kawasaki Ninja EX-250. Kalo aku termasuk niat ya menurutku, niat hobi, suka sama motornya Kawasaki, apalagi jenis Ninja EX-250 ini. Buat beli motor Ninja yang EX-250 ini itu, aku sampe nabung khusus selama tiga tahun, tiga tahun aku nabung, tabungan khusus buat motor hehee. Wis bener-bener niat wis sama motor ini, itu dari waktu aku masih pake yang KR 150 L. Jadi dulu tu bener-bener sudah cita-cita wis mau beli motor ini...” (Wawancara Pertama dilakukan di Coffe Taste pada 15 Juni 2014, pukul 17.00 WIB).

“BKRC itu kan untuk semua jenisnya Kawasaki ya, jadi dulu sebelum saya pakai motor saya yang sekarang ini, awalnya saya dulu pakai motor Kaze R110 itu dulu pas masih ikut-ikutan sama kakak sepupuku, setelah itu pakai ZX 130, terus ganti lagi sama motor Ninja KR 150L, kemudian terakhir saya pakai Kawasaki Ninja yang EX-250. Kalau saya termasuk niat ya menurut saya, niat hobi, suka sama motornya Kawasaki, apalagi untuk jenis Ninja EX-250 ini. Buat beli motor Ninja yang EX-250 ini itu, saya sampai nabung khusus selama tiga tahun, tiga tahun saya nabung, tabungan khusus buat beli motor hehee. Sudah benar-benar niat sama motor ini, itu dari waktu saya masih pakai yang KR 150 L. Jadi dulu itu benar-benar sudah cita-cita mau beli motor ini” (Wawancara Pertama dilakukan di Coffe Taste pada 15 Juni 2014, pukul 17.00 WIB).

Baudrillard (2011, hlm. 74) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pilihan rasional saja, akan tetapi terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang mampu mengarahkan pilihan individu atas suatu komoditas. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh informan, dimana dalam kutipan pernyataan informan diatas bahwa dirinya rela menabung selama tiga tahun hanya untuk membeli motor yang sudah dicita-citakannya.

Chaney (2004, hlm. 40) mengatakan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan dapat pula menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Senada dengan pernyataan Chaney, pada kutipan wawancara diatas juga menunjukkan bahwa gaya hidup informan telah menentukan pilihan konsumsinya, hal tersebut dapat dilihat dari caranya membeli motor kawasaki, mulai dari motor Kawasaki Kaze R110 sampai Kawasaki jenis Ninja EX-250. Hal ini tentunya memiliki kesamaan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Chaney, dimana gaya hidup dapat mempengaruhi pola konsumsi seseorang.

Kutipan pernyataan informan di atas memberikan makna bahwa BKRC memberikan keleluasaan terhadap pengguna maupun penyuka motor dari pabrik Kawasaki agar dapat bergabung tanpa membatasi variannya. Sehingga sebagai pengguna motor dari

pabrik Kawasaki informan bisa dengan mudah bergabung. Pernyataan informan juga menyiratkan bahwa informan mempunyai hobi terhadap motor Kawasaki. Bagi informan hobi merupakan suatu hal yang sudah diniati sehingga harus terpenuhi. Pernyataan informan juga menyiratkan bahwa informan tidak peduli harus dengan cara yang seperti apa agar hobi yang sudah di niatinya dapat tercapai. Pernyataan informan juga memberikan makna bahwa adanya pengorbanan yang harus dilakukan demi tercapainya hobi terhadap motor dari Kawasaki tersebut. Tindakan atau kegiatan yang demi mendapatkan atau memenuhi kebutuhan hobinya terdapat kesadaran informan bahwa untuk mendapatkan motor dengan jenis tertentu atau agar dapat memenuhi kebutuhan hobinya dibutuhkan pengorbanan. Pengorbanan tersebut dengan cara informan harus rela menabung selama tiga tahun. Hal yang sebenarnya merupakan kegiatan pemenuhan kebutuhan dibalik keinginan yang kemudian menjadi suatu perilaku konsumsi. Kehidupan masyarakat konsumen saat ini, membeli barang tidak lagi harus berfikir tentang manfaat dari barang tersebut. Masyarakat konsumen, kehidupan masyarakat tidak lagi digerakkan oleh tuntutan personal, melainkan digerakkan oleh kapasitas produksi yang besar (Ulfa, 2014, hlm. 35).

a) BKRC Chapter Malang Sebagai Wadah Penyalur Hobi

Secara garis besar BKRC merupakan suatu komunitas motor resmi seperti kebanyakan komunitas-komunitas motor lainnya. Hal yang menjadikan BKRC lebih istimewa yaitu, BKRC merupakan komunitas motor yang resmi dibentuk langsung oleh pabrik Kawasaki. BKRC tergabung dalam komunitas besar BKRC Indonesia yang dibawah langsung oleh PT. KMI (Kawasaki Motor Indonesia) yang merupakan pabrik motor Kawasaki yang ada di Indonesia, dan komunitas kelas internasional *Riders Of Kawasaki* (ROK) yang dibawah langsung oleh pabrik pusat Kawasaki Jepang (Kawasaki Heavy Industries) Jepang. Selanjutnya yang membuat BKRC lebih menarik lagi adalah, komunitas motor BKRC tidak membatasi jenis motor, sehingga semua pengguna motor keluaran Kawasaki dapat bergabung dalam komunitas motor BKRC. BKRC dibentuk oleh pabrik Kawasaki khusus untuk semua pengguna motor dari pabrik Kawasaki untuk semua jenis, mulai dari jenis bebek, *moge*, sampai motor *sport* nya Kawasaki.

Tahap ini peneliti akan menunjukkan kembali ulasan dari cerita informan yang telah ditranskrip kedalam horisonalisasi data mengenai hobinya dalam komunitas motor BKRC Chapter Malang. Komunitas merupakan wadah atau tempat yang dibangun berdasarkan kategori-kategori tertentu, hal yang sering dijadikan alasan mendirikan komunitas biasanya komunitas digunakan sebagai tempat penyaluran hobi, dan sebagai ajang memperbanyak teman dengan mempunyai hobi yang sama. Hobi merupakan kegiatan yang digemari oleh setiap individu. Hobi biasanya dilakukan untuk mengisi waktu luang dan memperbanyak teman dengan hobi yang sama dengan cara melakukan kegiatan yang digemari.

Informan menceritakan bahwa, selain sebagai pengguna motor dari pabrik Kawasaki, informan juga mengakui bahwa dirinya sudah menyukai motor keluaran Kawasaki sejak informan masih kecil dan informan pun bercita-cita ingin mempunyai

motor keluaran Kawasaki dengan jenis tertentu. Berikut kutipan pernyataan informan bahwa

“...BKRC itu kan all variantnya Kawasaki ya, jadi dulu sebelum aku pake motorku yang sekarang ini, awalnya aku dulu pake motor Kaze R110 itu dulu pas masih ikut-ikutan sama mas sepupuku, habis itu pake ZX 130, terus ganti lagi sama Ninja KR 150 L, terus terakhir aku pake Kawasaki Ninja EX-250. Kalo aku termasuk niat ya menurutku, niat hobi, suka sama motornya Kawasaki, apalagi jenis Ninja EX-250 ini. Buat beli motor Ninja yang EX-250 ini itu, aku sampe nabung khusus selama tiga tahun, tiga tahun aku nabung, tabungan khusus buat motor hehee. Wis benar-bener niat wis sama motor ini, itu dari waktu aku masih pake yang KR 150 L. Jadi dulu tu benar-bener sudah cita-cita wis mau beli motor ini...” (Wawancara Pertama dilakukan di Coffe Taste pada 15 Juni 2014, pukul 17.00 WIB).

“BKRC itu kan untuk semua jenisnya Kawasaki ya, jadi dulu sebelum saya pakai motor saya yang sekarang ini, awalnya saya dulu pakai motor Kaze R110 itu dulu pas masih ikut-ikutan sama kakak sepupuku, setelah itu pakai ZX 130, terus ganti lagi sama motor Ninja KR 150L, kemudian terakhir saya pakai Kawasaki Ninja yang EX-250. Kalau saya termasuk niat ya menurut saya, niat hobi, suka sama motornya Kawasaki, apalagi untuk jenis Ninja EX-250 ini. Buat beli motor Ninja yang EX-250 ini itu, saya sampai nabung khusus selama tiga tahun, tiga tahun saya nabung, tabungan khusus buat beli motor hehee. Sudah benar-benar niat sama motor ini, itu dari waktu saya masih pakai yang KR 150 L. Jadi dulu itu benar-benar sudah cita-cita mau beli motor ini” (Wawancara Pertama dilakukan di Coffe Taste pada 15 Juni 2014, pukul 17.00 WIB).

Baudrillard (2011, hlm. 74) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pilihan rasional saja, akan tetapi terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang mampu mengarahkan pilihan individu atas suatu komoditas. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh informan, dimana dalam kutipan pernyataan informan diatas bahwa dirinya rela menabung selama tiga tahun hanya untuk membeli motor yang sudah dicita-citakannya.

Chaney (2004, hlm. 40) mengatakan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan dapat pula menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Senada dengan pernyataan Chaney, pada kutipan wawancara diatas juga menunjukkan bahwa gaya hidup informan telah menentukan pilihan konsumsinya, hal tersebut dapat dilihat dari caranya membeli motor kawasaki, mulai dari motor Kawasaki Kaze R110 sampai Kawasaki jenis Ninja EX-250. Hal ini tentunya memiliki kesamaan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Chaney, dimana gaya hidup dapat mempengaruhi pola konsumsi seseorang.

Kutipan pernyataan informan di atas memberikan makna bahwa BKRC memberikan keleluasaan terhadap pengguna maupun penyuka motor dari pabrik Kawasaki agar dapat bergabung tanpa membatasi variannya. Sehingga sebagai pengguna motor dari pabrik Kawasaki informan bisa dengan mudah bergabung. Pernyataan informan juga menyiratkan bahwa informan mempunyai hobi terhadap motor Kawasaki. Bagi informan hobi merupakan suatu hal yang sudah diniati sehingga harus terpenuhi. Pernyataan informan juga menyiratkan bahwa informan tidak peduli harus dengan cara yang seperti apa agar hobi yang sudah di niatinya dapat tercapai. Pernyataan informan juga memberikan makna bahwa adanya pengorbanan yang harus dilakukan demi tercapainya hobi terhadap motor dari Kawasaki tersebut. Tindakan atau kegiatan yang demi mendapatkan atau memenuhi kebutuhan hobinya terdapat kesadaran informan bahwa untuk mendapatkan motor dengan jenis tertentu atau agar dapat memenuhi kebutuhan hobinya dibutuhkan pengorbanan. Pengorbanan tersebut dengan cara informan harus rela menabung selama tiga tahun. Hal yang sebenarnya merupakan kegiatan pemenuhan kebutuhan dibalik keinginan yang kemudian menjadi suatu perilaku konsumsi. Kehidupan masyarakat konsumen saat ini, membeli barang tidak lagi harus berfikir tentang manfaat dari barang tersebut. Masyarakat konsumen, kehidupan masyarakat tidak lagi digerakkan oleh tuntutan personal, melainkan digerakkan oleh kapasitas produksi yang besar (Ulfa, 2014, hlm.35).

C. Aktivitas Informan dalam Menunjang Hobi

Aktivitas merupakan kegiatan atau kesibukan yang merupakan suatu tindakan atau perilaku yang biasa dilakukan individu maupun kelompok untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sub bab ini akan menjelaskan mengenai aktivitas apa saja yang biasa dilakukan informan untuk menunjang hobinya terhadap motor keluaran Kawasaki. Demi menunjang hobinya individu biasanya melakukan aktivitas-aktivitas tertentu, baik aktivitas yang dilakukan dengan fisik maupun aktivitas yang dilakukan tidak dengan fisik. Aktivitas yang dilakukan tidak dengan fisik misalnya dengan mencari tahu mengenai komunitas agar mempunyai teman dengan hobi yang sama, sharing mengenai motor keluaran Kawasaki dengan orang yang lebih berpengalaman, melakukan variasi terhadap motor, dan lain sebagainya. Aktifitas yang dilakukan secara fisik misalnyan dengan mengikuti acara-acara yang ada seperti touring, kopdar, dan lain-lain.

Informan menjelaskan mengenai kegemarannya melakukan aktivitas modifikasi motor sebagai penunjang hobi informan yang biasa dilakukan informan di bengkel-bengkel variasi. Pernyataan informan terkait bahwa

“...Kalo dibilang seneng i yo seneng, iku kan bagian dari hobiku, tapi gak yang sampe seneng, mislae seminggu dua kali harus kebengkel ganti ini ganti itu enggak sampe kayak gitu juga. Paling kalo masalah modif motor, pengen ganti knalpot, pengen ganti spion, ya sekali dua kali ganti sudah, enggak yang sampe holic gitu sih. Terus stiker, kalo stiker kan masih murah, jadi kalo mau ganti-ganti gak eman soale murah...” (Wawancara Keempat dilakukan dengan

informan I di Kawasaki Surapita Unitrans pada 11 November 2014, pukul 15.30 WIB).

“Kalau senang itu ya senang, itu kan bagian dari hobi saya, tapi tidak sampai yang senang, misal seminggu dua kali harus ke bengkel buat ganti ini ganti itu tidak sampai seperti itu juga. Mungkin kakau masalah modif motor, pingin mengganti knalpot, pingin mengganti spion, ya sekali dua kali ganti saja sudah, tidak sampai yang senang sekali gitu sih. Lalu stiker, kalau stiker kan masih murah harganya, jadi kalau mau mengganti tidak begitu disayangkan soalnya harganya murah.” (Wawancara Keempat dilakukan dengan informan I di Kawasaki Surapita Unitrans pada 11 November 2014, pukul 15.30 WIB).

Baudrillard (2011, hlm. 74) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pada pilihan-pilihan rasional akan tetapi juga terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial sehingga mampu mengarahkan individu atas suatu komoditi. Berdasarkan pernyataan informan diatas, informan menunjukkan kegemarannya melakukan aktivitas informan di bengkel variasi sebagai bagian dari hobi informan. Pernyataan informan diatas menunjukkan bahwa aktivitas informan ketika di bengkel variasi bukan merupakan suatu hal yang hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomis dan didasarkan kepada pilihan rasional informan akan tetapi juga terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang mengarahkan informan untuk melakukan aktivitas sebagai penunjang hobi informan.

Pernyataan informan diatas menyiratkan bahwa informan merupakan orang yang gemar melakukan aktivitas modifikasi motor atau menghabiskan waktu luang di bengkel variasi. Bagi informan aktivitas tersebut merupakan sebagian bentuk loyalitas informan terhadap hobi informan. Pernyataan informan memberikan menunjukkan kegiatan informan ketika sedang melakukan hobinya. Pernyataan informan diatas memberikan makna terdalam mengenai gaya hidup konsumen yang gemar mengkonsumsi barang maupun jasa sebagai suatu pemenuhan diluar pemenuhan kebutuhan pokok.

Begitu pula informan II yang menjelaskan mengenai alasan informan yang lebih memilih motor keluaran Kawasaki jenis trail dibandingkan dengan motor keluaran Kawasaki jenis Ninja yang sebelumnya pernah dimiliki oleh informan. Pernyataan informan terkait bahwa

“...Alasannya lebih milih motor jenis trail ini karena pertama, bisa dipake off-road. Kedua, bisa dipake di jalanan biasa juga. Ketiga gak banyak yang pake kalo dibandingkan sportnya Kawasaki jenis Ninja, jadi kan bisa tampil sedikit lebih beda. Hehe...”(Wawancara Pertama dilakukan dengan informan II di Dunkin’ Donut SPBU Tlogomas pada 6 Agustus 2014, pukul 19.30 WIB)

“Alasannya lebih memilih motor jenis trail ini karena pertama, bisa di pakai off-road. Kedua, bisa dipakai di jalanan biasa juga. Ketiga, tidak banyak yang menggunakan kalau dibandingkan dengan sportnya Kawasaki jenis Ninja, jadi bisa tampil sedikit berbeda. Hehe.” (Wawancara Pertama dilakukan dengan informan II di Dunkin’ Donut SPBU Tlogomas pada 6 Agustus 2014, pukul 19.30 WIB).

Pilliang (2004, hlm. 52) menjelaskan mengenai adanya perilaku konsumtif yang didorong dengan adanya perubahan peran komoditas di dalam masyarakat kapitalis dari komoditas sebagai nilai guna ke arah komoditas sebagai nilai tanda, serta dengan semakin dominannya peran komoditas sebagai pendefinisi relasi sosial atau relasi antar subyek yang telah menciptakan sebuah kecenderungan ke arah peringkasan relasi sosial maupun diri dan ego sebagai relasi objek-objek. Senada dengan pernyataan informan diatas mengenai alasan informan yang lebih memilih menggunakan motor keluaran Kawasaki jenis trail. Beberapa alasan informan diantaranya, motor keluaran Kawasaki jenis trail dapat digunakan informan menunjang hobi *off-road* informan, diluar hobi informan sebagai *riders* Kawasaki, yang kemudian mencerinkan bahwa komoditas atau motor sebagai nilai guna. Alasan lain informan lebih memilih motor keluaran Kawasaki jenis trail karena tidak banyak yang menggunakan, sehingga informan bisa tampil lebih beda ketika melakukan aktivitas untuk menunjang hobinya sebagai *riders* dari Kawasaki.

Pernyataan informan diatas juga menyiratkan mengenai gaya hidup informan. Kotler (2002, hlm. 192) menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan ke dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Berkaitan dengan pernyataan informan diatas yang menjelaskan mengenai alasan informan yang lebih memilih mengganti motor keluaran Kawasaki jenis Ninja KR 150 RR yang dulu pernah dimilikinya dengan motor keluaran Kawasaki jenis trail KX 250F. Kontek ini informan menunjukkannya dengan ekspresi informan yang lebih memilih motor keluaran Kawasaki jenis trail KX 250F sebagai minat informan, dan fungsi dari motor keluaran Kawasaki jenis trail KX 250F yang digunakan informan untuk menunjang hobi informan.

D. Konstruksi Teori Simulakra Jean P. Baudrillard

Sub bab ini akan membahas mengenai data yang telah diperoleh peneliti kemudian dianalisis dengan teori utama yang digunakan dalam penelitian ini. Teori yang digunakan dalam penelitian ini tergolong ke dalam teori postmodern. Lebih tepatnya peneliti dalam penelitian ini menggunakan teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean P Baudrillard. Peneliti lebih tertarik menggunakan teori masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Baudrillard karena adanya keterkaitan antara pemikiran Baudrillard dengan sosiologi yang lebih dihubungkan dengan analisa masyarakat kontemporer, khususnya masyarakat konsumsi.

Awal pemikiran Baudrillard membahas masalah konsumsi karena adanya pengaruh dari pendekatan psiko analisis Lacanian dan strukturalisme Sausurrian. Baudrillard juga mengadopsi sistem hubungan antara objek dan komoditas Baudrillard mulai merambah ke pemikiran Marxis dengan fokusnya terhadap masyarakat konsumen. Kemudian, Baudrillard juga mengadopsi pemikiran Sausure mengenai bahasa. Dari beberapa pendapat yang mempengaruhi pemikiran Baudrillard, Baudrillard melihat adanya objek konsumsi sebagai sesuatu yang mempunyai makna tertentu dari sebetuk ekspresi yang telah lebih dulu ada sebelum komoditas.

Bagi Baudrillard bahasa lebih diartikan sebagai suatu sistem klasifikasi terhadap objek. Pada masyarakat konsumsi “kebutuhan” ada karena diciptakan oleh objek konsumsi. Objek yang dimaksud adalah klasifikasi objek itu sendiri atau sistem objek, bukan objek itu sendiri sehingga konsumsi diartikan sebagai suatu tindakan sistematis pemanipulasian tanda-tanda. Maraknya, fenomena masyarakat konsumsi saat ini bisa dilihat melalui komoditas apa yang mereka konsumsi, dimana mayoritas masyarakat modern saat ini lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, dan mengabaikan fungsi asli dari komoditas yang dikonsumsi tersebut. Misalnya, contoh: ketika orang membeli makan, dimana makan merupakan kebutuhan pokok yang harus terpenuhi, memilih makanan dengan tempat yang bersih nyaman dan mengutamakan tata cara maupun gaya dari penampilan dan penyajian makanan, yang lebih memperlihatkan gaya makan dari pada fungsi utama dari makan.

Budrillard mengembangkan pemikirannya mengenai konsumsi lebih jauh lagi. Baudrillard menambahkan alat bantu analisa baru untuk gagasannya mengenai konsumsi. Baudrillard berusaha menunjukkan bahwa telah lahir nilai baru, yaitu nilai tanda. Dari contoh membeli makan diatas memberikan makna bahwa makan mempunyai fungsi sebagai pemenuhan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, sehingga makan dapat diartikan sebagai nilai guna, yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan pokok. Dibalik makan sebagai pemenuhan kebutuhan pokok, pemilihan tempat makan dan cara penyajian menunjukkan bahwa makan yang dilakukan melebihi dari fungsi utama makan untuk memenuhi kebutuhan, sehingga dapat menunjukkan suatu nilai tanda bagi yang melakukan hal tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti mempunyai keterkaitan dengan gagasan Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi. Berdasarkan gagasan Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi Baudrillard mengajukan dua alat bantu analisa yaitu nilai guna dan analisa bantu baru berupa nilai tanda. Nilai guna yang terdapat dalam penelitian yang dilakukan peneliti antara lain :

Informan menjelaskan mengenai komunitas motor BKRC yang terdapat semua jenis motor Kawasaki. Berikut pernyataan informan

“...BKRC itu kan all variantnya Kawasaki ya, jadi dulu sebelum aku pake motorku yang sekarang ini, awalnya aku dulu pake motor Kaze R110 itu dulu pas masih ikut-ikutan sama mas sepupuku, habis itu pake ZX 130, terus ganti lagi sama Ninja KR 150 L, terus terakhir aku pake Kawasaki Ninja EX-250...”

(Wawancara Pertama dilakukan dengan informan I di Coffe Taste pada 15 Juni 2014, pukul 17.00 WIB).

“BKRC itu kan all variantnya Kawasaki ya, jadi dulu sebelum saya menggunakan motor saya yang sekarang ini, awalnya saya menggunakan dulu menggunakan motor Kaze R110 itu dulu waktu masih suka ikut-ikutan sama kakak sepupu, setelah itu menggunakan ZX 130, kemudian mengganti lagi sama Ninja KR 150 L, lalu terakhir saya menggunakan Kawasaki Ninja EX-250.” (Wawancara Pertama dilakukan dengan informan I di Coffe Taste pada 15 Juni 2014, pukul 17.00 WIB).

Pernyataan informan diatas menunjukkan fungsi dari komunitas motor BKRC *Chapter* Malang, yang biasa digunakan sebagai tempat ngumpulnya pengguna motor keluaran Kawasaki. Konteks tersebut lebih menunjukkan adanya komunitas motor BKRC *Chapter* Malang sebagai nilai guna. Pernyataan informan juga memberikan tanda bahwa hanya pengguna Kawasaki yang dapat atau diperbolehkan ikut ngumpul dengan anggota komunitas motor BKRC lainnya.

Baudrillard (2011, hlm. 74) menjelaskan mengenai perilaku konsumsi yang terjadi untuk saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pilihan rasional, akan tetapi juga terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang mampu mengarahkan pilihan individu atas suatu komoditi tertentu. Terkait dengan penjelasan yang dikemukakan oleh Baudrillard dan pernyataan informan diatas, jelas menunjukkan bahwa untuk dapat bergabung dengan komunitas motor BKRC *Chapter* Malang seseorang harus menggunakan motor keluaran Kawasaki terlebih dahulu. Pemilihan seseorang terhadap motor keluaran Kawasaki dan komunitas motor BKRC *Chapter* Malang sudah merupakan suatu sistem pemaknaan sosial yang dapat mengarah pilihan individu atas suatu komoditi tertentu.

Informan berusaha menjelaskan mengenai niat dan hobi informan untuk dapat memiliki motor keluaran Kawasaki jenis Ninja EX-250. Pernyataan informan terkait bahwa

“...Kalo aku termasuk niat ya menurutku, niat hobi, suka sama motornya Kawasaki, apalagi jenis Ninja EX-250 ini. Buat beli motor Ninja yang EX-250 ini itu, aku sampe nabung khusus selama tiga tahun, tiga tahun aku nabung, tabungan khusus buat motor hehee. Wis bener-bener niat wis sama motor ini, itu dari waktu aku masih pake yang KR 150 L. Jadi dulu tu bener-bener sudah cita-cita wis mau beli motor ini...” (Wawancara Pertama dilakukan dengan informan I di Coffe Taste pada 15 Juni 2014, pukul 17.00 WIB).

“Kalau saya termasuk niat ya menurut saya, niat hobi, suka sama motornya Kawasaki, apalagi jenis Ninja EX-250 ini. Buat beli motor Ninja yang EX-250 ini itu, saya sampai menabung khusus buat motor hehee. Sudah benar-benar

niat sama motor ini, itu dari waktu saya masih menggunakan yang KR 150 L. Jadi dulu itu benar-benar sudah cita-cita mau beli motor ini.” (Wawancara Pertama dilakukan dengan informan I di Coffe Taste pada 15 Juni 2014, pukul 17.00 WIB).

Pernyataan diatas, informan berusaha menunjukkan niat dan hobinya. Pernyataan informan juga menunjukkan mengenai fungsi dari motor Kawasaki yang dimiliki informan. Motor keluaran Kawasaki yang dimiliki informan digunakannya sebagai alat penunjang hobi yang menunjukkan nilai guna dari suatu motor. Pernyataan informan kemudian juga meninggalkan suatu pertanyaan bahwa untuk dapat menunjang hobi apakah harus menggunakan motor keluaran Kawasaki jenis Ninja EX-250, yang kemudian menunjukkan suatu tanda yang terdapat dalam motor Kawasaki Ninja EX-250. Pernyataan informan menunjukkan bahwa terdapat pergeseran dari nilai guna ke nilai tanda, dimana informan harus mengkonsumsi simbol atau tanda yang terdapat pada Kawasaki yang kemudian baru dapat dijadikan sebagai alat penunjang hobi informan.

Bagi Baudrillard (2011, hlm. 74) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi yang terjadi untuk saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor yang murni ekonomis dan atas pilihan rasional saja, akan tetapi juga terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang mampu mengarahkan pilihan individu atas suatu komoditi tertentu. Senada dengan pernyataan informan diatas yang mengatakan bahwa informan hobi dan niat ingin membeli motor keluaran Kawasaki jenis Ninja EX-250 sebagai alat penunjang hobi. Konteks ini menunjukkan pergeseran, bergesernya makna komoditas (motor) yang mempunyai nilai guna sebagai alat penunjang hobi kemudian bergeser menjadi tanda atau simbol yang melekat pada suatu motor Kwasaki Ninja EX-250.

Begitu pula seperti informan II yang menjelaskan mengenai awal penggunaan informan terhadap motor keluaran Kawasaki jenin Ninja yang kemudian oleh informan diganti dengan motor keluaran Kawasaki jenis trail. Pernyataan informan terkait bahwa

“...Kalo masalah motor dari dulu sampe sekarang, aku baru dua kali ganti motor dari Kawasaki. Awalnya dulu aku pake Ninja yang KR 150 RR itu waktu awal gabung sama BKRC, terus sekarang pake Kawasaki KX 250F, itu yang motor trail ini. Kalo di tanya suka sama motor sport, ya pasti suka banget. Alasannya lebih milih motor jenis trail ini karena pertama, bisa dipake off-road. Kedua, bisa dipake di jalanan biasa juga. Ketiga gak banyak yang pake kalo dibandingkan sportnya Kawasaki jenis Ninja, jadi kan bisa tampil sedikit lebih beda. Hehe...” (Wawancara Pertama dilakukan dengan informan II di Dunkin’ Donut SPBU Tlogomas pada 6 Agustus 2014, pukul 19.30 WIB).

“Kalau masalah motor dari dulu sampai sekarang, saya baru dua kali mengganti motor dari Kawasaki. Awalnya dulu saya menggunakan Kawasaki Ninja yang

KR 150 RR itu waktu awal bergabung sama BKRC, lalu sekarang menggunakan Kawasaki KX 250F, itu yang motor trail ini. Kalau di tanya suka sama motor sport, ya pasti suka sekali. Alasannya lebih memilih motor jenis trail ini karena pertama, bisa dipakai off-road. Kedua, bisa dipakai di jalanan biasa juga. Ketiga tidak banyak yang menggunakan kalau dibandingkan sportnya Kawasaki jenis Ninja, jadi kan bisa tampil sedikit lebih berbeda. Hehe..." (Wawancara Pertama dilakukan dengan informan II di Dunkin' Donut SPBU Tlogomas pada 6 Agustus 2014, pukul 19.30 WIB).

Pernyataan informan diatas menunjukkan mengenai pemilihan jenis kendaraan informan yang lebih memilih motor Kawasaki jenis trail dari pada motor Kawasaki jenis Ninja. Pemilihan jenis kendaraan yang dilakukan informan mempunyai fungsi sebagai penunjang hobi informan sebagai *riders* dan sebagai penunjang hobi *off-road* informan, yang merupakan nilai guna dari suatu komoditas (motor). Pernyataan informan juga menunjukkan bahwa pemilihan jenis kendaraan yang dilakukan oleh informan juga mempunyai simbol atau tanda bahwa pengguna motor keluaran Kawasaki jenis trail tidak sebanyak pengguna motor keluaran Kawasaki jenis Ninja sehingga informan bisa tampil lebih beda.

Baudrillard (2011, hlm. 33) menjelaskan konsumsi yang seringkali di definisikan sebagai kelesuan yang berarti sebagai pemborosan yang bersifat produktif. Suatu makna yang terbalik dari makna ekonomis yang didasarkan atas keperluan. Konsumsi merupakan penimbunan dan perhitungan atas kelebihan yang melampaui keperluan, atau pengeluaran yang melampaui batas. Terkait dengan pernyataan informan diatas dengan penjelasan Baudrillard bahwa kegiatan pemilihan motor yang dilakukan informan selain sebagai penunjang hobi juga terdapat alasan agar informan bisa tampil lebih beda, yang termasuk dalam pengeluaran yang melampaui batas.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian "Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup" yang dilakukan di komunitas motor Bike of Kawasaki Riders Club chapter Malang terdapat beberapa hal yang menjadi kesimpulan, antara lain :

Pertama, kegiatan informan untuk menunjang hobi tidak terhindar dari perilaku konsumsi yang biasa dilakukan informan terdapat nilai guna didalamnya. Nilai guna merupakan fungsi atau manfaat atas komoditas maupun manfaat dari kegiatan yang dilakukan oleh informan. Perilaku konsumsi yang biasa dilakukan informan seperti membeli motor Kawasaki, membeli dan mengganti onderdil asli dengan onderdil variasi, touring, dan lain-lain. Konteks ini menjelaskan mengenai usaha informan dalam kegiatan menunjang hobi yang dihadapkan pada komoditas yang telah tersedia. Komoditas tersebut mulai dari komunitas motor BKRC sebagai wadah penyalur hobi, kegiatan yang ditawarkan dalam komunitas motor BKRC *Chapter* Malang, hingga barang-barang maupun jasa yang dikonsumsi yang berfungsi atau mempunyai manfaat sebagai kegiatan penunjang hobi untuk informan.

Kedua, adanya nilai tanda. Kegiatan atau aktivitas informan dalam menunjang hobi selain mempunyai manfaat juga terdapat petanda. Tanda dalam konteks ini diantaranya komunitas motor BKRC *Chapter* Malang dan motor keluaran Kawasaki. Informan untuk dapat bergabung dengan komunitas motor BKRC *Chapter* Malang serta untuk dapat menunjang hobinya sebagai *riders* dari Kawasaki, diharuskan atau diwajibkan mempunyai motor keluaran Kawasaki terlebih dahulu, untuk kemudian dapat bergabung dengan komunitas motor BKRC *Chapter* Malang dan dapat melakukan kegiatan untuk menunjang hobinya. Baudrillard mengembangkan pemikirannya mengenai nilai tanda atau simbol. Nilai tanda biasanya berupa status, prestige, ekspresi, dan lain-lain. Konteks ini lebih menjelaskan kepada perilaku konsumsi yang dilakukan informan didasarkan atas adanya makna yang melekat pada motor keluaran Kawasaki. Setelah informan mempunyai motor keluaran Kawasaki, informan dapat mengekspresikannya dengan melakukan kegiatan-kegiatan sebagai penunjang hobi seperti aktif mengikuti kegiatan yang terdapat pada komunitas motor BKRC *Chapter* Malang, mengkonsumsi onderdil variasi, dan lain sebagainya. Sehingga komoditas yang dibeli atau dikonsumsi bukan hanya karena manfaat motor sebagai alat transportasi, melainkan motor keluaran Kawasaki sebagai simbol atau tanda berupa status, prestige, dan lain-lain.

Ketiga, adanya simulasi. Simulasi merupakan percobaan bergesernya makna dari nilai guna yang berupa manfaat atau fungsi menjadi nilai tanda yang berupa simbol. Simulasi menghasilkan suatu ruang yang disebut simulakra, ruang tersebut berisikan realitas-realitas semu hasil pergeseran dari nilai guna ke nilai tanda. Baudrillard mengibaratkannya pada suatu proses pembuatan peta yang mendahului teritorialnya, sehingga yang terlihat adalah teritorial (realitas) yang tidak jelas asal-usulnya. Simulasi dimulai dari meniadakan referensi untuk memperbanyak bentuk yang sama (tanda). Baudrillard menekankan maksud simulasi sebagai suatu proses memperbanyak bentuk yang sama dalam bentuk penciptaan objek secara simulatif yaitu objek yang didasari oleh referensi yang tidak nyata atau tidak jelas asal-usulnya. Kontek ini simulakra merupakan suatu rasa kepuasan maupun kebanggaan yang didapat informan ketika bisa menggunakan motor keluaran Kawasaki yang dapat di ekspresikan melebihi fungsi asli dari motor sebagai alat transportasi.

Daftar Pustaka

Blog

BKRC Malang. (2010, 17 Desember). BKRC Malang. Diakses dari <http://bkrcmalang.blogspot.com/2010/12/bkrc-malang.html>, diakses pada sabtu, 2 Agustus 2014, pukul 20:17:20

Buku

Adlin, A. (2006). *Resistensi Gaya Hidup Teori Dan Realitas*. Bandung: Jalasutra.

- Adlin, A. (2006). *Menggeledah Hasrat*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Arikunto, S. (1990). *Prosedur Penelitian*. Yogyakarta: Rineka Cipta
- Baudrillard, J. P. (1987). *The Ecstasy of Communication*. New York.
- Baudrillard, J. P. (2011). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta :
Jalasutra.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Koentjaraningrat. (1993). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta : Gramedia
Pustaka Umum
- Koentjaraningrat. (1979). *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta:
Djambatan.
- Kootler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid 2. Terjemahan
Teguh dkk. Jakarta: Prenhallindo.
- Kurnia, S. S. (2007). *Menulis Ilmiah: Metode Penelitian Kualitatif*.
Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Moleong, L. J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja
Rosdakarya
- Moustakas, C. E. (1994). *Phenomenological Research Methods*. USA : Sage
Publications Inc.
- Sukmana, O. (2005). *Sosiologi Politik dan Ekonomi*. Malang : UMM Press.
- Wisadirana, D. (2005). *Metode Penelitian dan Pedoman Penulisan Skripsi Untuk
Ilmu Sosial*. Malaang :UMM Press. Cetakan pertama.

Jurnal

- Dermatoto, A. (2009). Membedah Gagasan Post Modernisme Baudrillard *Realitas
Semu* 21 (02-03)

Biografi Penulis

Galih Ika Pratiwi lahir pada tanggal 7 Agustus 1990 Putri pertama dari bapak Samino dan ibu Supiati ini telah menyelesaikan masa studi yang diawali dari SD Negeri Joho 3, lulus pada tahun 2002 berlanjut pada SMP Negeri 1 Pace, kemudian pada tahun 2005 melanjutkan studi di SMA Negeri 1 Nganjuk. Penulis menjadi mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Brawijaya Malang pada tahun 2008 dan berhasil memperoleh gelar sarjana pada tahun 2015.

Keterlibatan penulis di bidang penelitian dan pengabdian masyarakat yang pernah dilakukan antara lain (konflik lahan antara TNI dan masyarakat sipil): 1) Sosiologi Konflik pada tahun 2010; 2) Laporan Kuliah Kerja Nyata di TESA (Telepon Sahabat Anak. Dinas Sosial Provinsi Jawa Timur “Peran TESA 129 dalam mendukung pembangunan kota Surabaya Menuju Kota Layak Anak” (2011).

Contact Person: +6282337303198

Email: galih.pratiwi21@gmail.com