

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pola hidup masyarakat sering kali berubah, mereka cenderung memilih untuk mengikuti tren mode terbaru sebagai gaya hidup. Perubahan sangat terlihat pada remaja yang menuju fase dewasa, mereka sangat mudah terpengaruh untuk mengikuti tren yang saat ini sedang berkembang. Hal ini juga terjadi pada perkembangan dalam dunia otomotif yaitu motor, banyaknya jumlah kendaraan bermotor yang semakin meningkat dengan berbagai macam merek terbaru dan model yang unik membuat masyarakat tertarik ingin memiliki kendaraan bermotor, karena pada saat ini kendaraan sepeda motor sudah menjadi sebuah kebutuhan hidup. Motor merupakan salah satu jenis kendaraan yang menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia untuk menjadi alat transportasi dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Berdasarkan data dari badan pusat statistik (BPS) jumlah kendaraan bermotor yang dipakai oleh masyarakat Kabupaten Bekasi pada tahun 2021 mencapai 1.494.314, kota Bekasi mencapai 1.508.616 hanya selisih dengan angka yang sangat dekat. Para penduduk masyarakat kota Bekasi lebih banyak yang memiliki kendaraan bermotor sehingga di termasuk sebagai jumlah memiliki kendaraan bermotor paling banyak ketiga jika dibandingkan dengan daerah Jawa Barat lainnya, selanjutnya yang memiliki kendaraan bermotor terbanyak ialah Kabupaten Bekasi dan saat ini masih mengalami kenaikan ([bps.go.id](https://bps.go.id))

Adapun nilai positif dan negatif dari banyaknya masyarakat yang memiliki sepeda motor, karena dengan menggunakan sepeda motor kita lebih mudah untuk berpergian kemana saja dengan waktu yang lebih efisien dibandingkan menggunakan mobil. Namun pada zaman sekarang motor juga bukan lagi menjadi sebuah kendaraan biasa, motor bisa menjadi sebuah fasilitas untuk memuaskan hobi berbagai macam tren otomotif seperti memodifikasi kendaraannya, yang awalnya hanya bawaan kondisi dari pabrik hingga di sesuaikan dengan keinginan penggunanya. Dengan adanya tren otomotif saat ini sepeda motor adalah kendaraan yang paling banyak

peminatnya di kalangan masyarakat, mayoritas laki-laki yang memiliki sepeda motor mempunyai hobi memodifikasi agar terlihat menarik mereka rela menyisihkan uangnya untuk membiayai motornya supaya tampil maksimal untuk menunjang gaya hidup di kalangan sekitar ataupun dunia maya.

Gaya hidup atau *lifestyle* merupakan perilaku yang terbentuk dari nilai yang dimiliki oleh individu. Gaya hidup merupakan hasil dari karakteristik individu yang di pengaruhi oleh interaksi sosial dan lingkungan sekitar. Ketertarikan seseorang dalam memodifikasi motor merupakan pilihan hidupnya, yang kemudian menjadi bagian dari gaya hidup seseorang. Gaya hidup akan selalu berkaitan dengan berusaha membuat dirinya eksis dan ingin terlihat mengikuti tren yang sedang marak di masyarakat. Menurut Suratno dan Rismiati (Santi dkk., 2022) menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup sendiri mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Sedangkan Setiadi (Solikhah & Dhania, 2017) menyatakan bahwa gaya hidup secara luas dipahami sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang orang anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan juga dunia sekitarnya (pendapat).

Menurut Nurbaity (2016) sepeda motor bukan lagi hanya sebagai alat transportasi, sepeda motor juga bisa menjadi produk gaya hidup yang menawarkan beberapa manfaat, pertama, sebagai identitas, terumuskan melalui kumpulan nilai-nilai dan karakter kita di hadapan masyarakat, kedua, sebagai media interaksi, sepeda motor merangsang komunikasi dan pergaulan, sehingga ia akan selalu mengajak kita untuk berinteraksi dengan anggota, menambah kenalan, dan membangun komunitas, ketiga, sebagai pelengkap penampilan, dan keempat, sebagai produk yang mempresentasikan nilai kemewahan. Selain itu Mempunyai sepeda motor bermodifikasi saat ini menjadi sarana untuk mendapatkan identitas diri pengakuan dari kalangan sosial masyarakat, identitas akan terbentuk ketika kita berinteraksi dengan

orang lain, kebanyakan para pemodif motor mempunyai kelompok sosial yang sesuai dengan minat terkait pemodifan motor (Nurbaity dkk., 2016).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menemukan beragam macam gaya hidup para pemodif motor yang berada di wilayah kota Kabupaten Bekasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa 5 individu yang memiliki kendaraan bermotor yang di modifikasi. 4 dari 5 individu ini memodifikasi motornya hanya untuk sebagai gaya hidup berlebihan untuk menunjang eksistensi dan mendapat kenalan relasi ke sesama penggemar modifikasi. Pada aspek pertama dari gaya hidup yaitu aktivitas, para pemodif motor kebanyakan melakukan modif motor karena ingin menyalurkan hobi juga kreatifitasnya untuk meningkatkan performa dan penampilan motornya sehingga lebih terlihat keren di kalangan sesama pemodif lainnya. Mereka juga banyak menghabiskan uang nya untuk membeli perlatan motor, karena mereka juga termasuk dalam komunitas sesama penggemar pemodifan motor, yang di kualifikasikan dengan pemodif berbagai macam karakter pemodifan seperti thailand, racing look, bopper dan masih banyak lagi.

Aspek kedua yaitu minat dari gaya hidup para pemodif banyak pertimbangan yang dilakukan untuk memodifikasi motor, dari biaya yang cukup mahal dan juga mereka mementingkan untuk bisa bekerendara aman dan nyaman. Namun mereka rela mengeluarkan biaya banyak untuk melakukan modif motor, dicitil dengan bagian bagian tertentu yang akan di ganti dari bawaan asli pabrik hingga ke model yang di inginkan para penggunanya. Selanjutnya opini pada aspek gaya hidup, semua para pemodif ini masih belum puas dengan penampilan modifikasinya, mereka cenderung akan menambahkan aksesoris motor sampai terlihat menarik karena adanya kepuasan tersendiri baginya jika telah memodif motor sesuai dengan yang ia harapkan.

Gaya hidup memodifikasi motor merupakan salah satu cara yang digunakan oleh mayoritas laki-laki untuk menunjukkan eksistensi dirinya, bersosialisasi dengan teman-teman nya, menghabiskan waktu dan melakukan pola konsumsi. Pada saat ini memodif motor bukan hanya sekedar hobi melainkan sebuah kebutuhan mencari sebuah jati diri seseorang, menjadi

sebuah gaya hidup yang ramai juga populer di masyarakat dan media sosial (Wibowo dkk, 2022). Gaya hidup juga di pengaruhi oleh identitas sosial dari kelompok, jika individu termasuk kedalam penggemar modifikasi motor, Sebagian besar jika kelompok melakukan konsumsi berlebih maka anggota yang lain juga mengikutinya akan muncul rasa khawatir dan cemas di dalam individu ketika tertinggal ataupun tidak sesuai menggunakan atribut dengan kelompok sosialnya.

Baron & Byrne (Indra Setiawan dkk, 2022) mengatakan bahwa kelompok sosial terbentuk atas beberapa individu yang saling melakukan interaksi untuk melaksanakan tugas-tugas dan meningkatkan hubungan antar individu. Kelompok sosial yaitu sistem sosial yang terdiri dari banyaknya individu yang saling berinteraksi dan terlibat dalam kegiatan bersama, yang secara berkala bertemu untuk mencapai tujuan dan sikap bersama, hubungan antara anggota dalam kelompok sosial ini memiliki aturan dan norma untuk mengatur tindakan yang dilakukan sesuai peran dan status masing-masing anggota dan anggota memiliki rasa ketergantungan dengan anggota yang lain (Indra Setiawan dkk, 2022).

Menurut Tajfel (Sarifah, 2016) mendefinisikan Identitas sosial sebagai pengetahuan individu dimana dia merasa sebagai bagian anggota kelompok yang memiliki kesamaan emosi serta nilai. Identitas sosial juga merupakan konsep diri seseorang sebagai anggota kelompok (Sarifah, 2016). Menurut Cameron (Wibisono & Sasia, 2020) Identitas sosial merupakan suatu proses dalam kelompok dengan interaksi antar anggota satu sama lain. Cannella dkk (2015) didefinisikan identitas sosial sebagai pengetahuan individu yang dimiliki komunitas sosial tertentu bersama-sama dengan beberapa emosional dan nilai yang signifikan kepada keanggotaan komunitas tertentu. Sedangkan Lam dkk, (Wibisono & Sasia, 2020) mendefinisikan identitas sosial sebagai konsep diri individu yang dipersepsikan seseorang melalui hubungannya dengan kelompok sosial tertentu (Wibisono & Sasia, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti mengenai identitas sosial kepada para pelaku pemodifikasi motor yang dilakukan pada

10 desember di wilayah Kabupaten Bekasi. Terdapat 5 subjek yang tergabung dalam kelompok sesama pemodif motor yakni pada aspek kognitif yaitu kesadaran dalam keanggotaan suatu komunitas yang secara langsung akan berperilaku sesuai dengan yang dilakukan kelompok, semua subjek mempunyai komunitas yang berbeda ada komunitas motor classic motor custom dan motor matic, namun semuanya memiliki hobi yang sama yaitu memodifikasi motornya. Semua nya memiliki ciri khas dan pengenalan dalam komunitas, individu merasa bangga ketika ia dikenal dengan motornya yang berpenampilan unik dan berbeda. Semuanya saling bertukar ide pemodifan motor saat ada acara kumpul bersama.

Selanjutnya aspek identitas sosial pengertian afektif dan Tingkat emosional keterlibatan dalam kelompok. Kelima subjek mereka tergolong memiliki rasa peduli dan solitaritas yang tinggi, dibuktikan bahwa ketika salah satu anggota membutuhkan bantuan saat ingin mengganti sparepart tertentu anggota yang lain menyarankan ide yang bagus dan membantu membongkar dan memasangkannya lagi, ketika salah satu anggota mengalami musibah, anggota lain sebisa mungkin untuk membantu meringankan masalahnya. Hal ini dikarenakan mereka mempunyai rasa kepercayaan yang berkaitan antara sesama anggotanya.

Terakhir aspek dari identitas sosial yaitu Tingkat evaluatif suatu penghargaan dan harga dirinya baik negatif dan positif, 4 dari 5 subjek senang bergabung dengan komunitas karena mereka mendapatkan pengakuan dari kelompoknya, menjadikannya sebuah relasi dan power untuk membuat harga dirinya bertambah, meningkatkan rasa kepercayaan diri ketika tergabung kedalam sebuah komunitas, dengan seringnya diberikan pujian penghargaan membuat mereka makin bersemangat untuk melakukan pemodifan motor. Mereka akan mengikuti bagaimana kelompok itu berperilaku karena mereka sangat menjunjung tinggi rasa kepedulian dan solidaritas.

Individu yang tergabung dalam komunitas pemodif motor akan berusaha untuk mempunyai persepsi dan berperilaku yang sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku dalam kelompok. Jika kelompok mengadakan

kumpul bersama sebagai anggota harus mengikuti acara yang dilakukan, hal ini membuat anggota kelompok tidak ingin merasakan kehilangan momen yang sedang terjadi, anggota akan merasa khawatir jika tidak menghadiri perkumpulan tersebut di karenakan kegiatan tersebut baginya merupakan hal penting untuk menunjang sebagai gaya hidupnya.

Kekhawatiran atau ketakutan ketinggalan moment bisa di sebut juga dengan istilah *Fear of Missing Out (FoMo)*. ketika seseorang mengkhawatirkan momen yang tidak bisa dilakukan olehnya, individu akan merasa iri dengan pengalaman yang orang lain miliki. Kegiatan yang akan dilakukan biasanya di infokan terlebih dahulu ke forum atau grup yang dimiliki komunitas tersebut, para anggota lain juga antusias dengan merespon kegiatan yang akan terjadi, bagi anggota yang tidak bisa mengikuti mereka akan merasa khawatir, terlebih lagi jika suatu komunitas mengambil gambar photo lalu di share melauai whatapps grup ataupun di upload ke media sosial. Perasaan individu yang tidak menghadiri kegiatan tersebut akan merasa takut tertinggal oleh lingkungan komunitasnya dari segi pembahasan ataupun yang lainnya. Jika individu menimbulkan perasaan kehilangan, stress dan merasa jauh jika tidak mengetahui kejadian penting dalam kelompok maka individu tergolong kepada istilah *Fear of Missing Out* (Wahyuni Yulya dkk, 2022).

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada 5 subjek pada 16 dan 17 desember di Kabupaten Bekasi, para pelaku modifikasi motor sering mengadakan kumpul bersama dengan komunitasnya setiap seminggu sekali, pada aspek *Fear of Missing Out* yaitu tentang kebutuhan individu tentang kompetensi dan otonomi yang berhubungan dengan kepercayaan individu dan keterampilan individu, kelima subjek berada dalam lingkungan yang semuanya melakukan kegiatan modifikasi motor salah satu dari mereka sangat mudah terpengaruh untuk melakukan hal yang sama. Para pemodif juga rutin melakukan perawatan dalam sebulan sekali, karena menurut mereka modifikasi motor merupakan menjadi bagian gaya hidupnya. Aspek ke dua dalam *Fear of Missing Out* yaitu selalu terikat dengan interaksi dengan seseorang, karena pemodif motor ini mempunyai komunitas pasti mereka

selalu bertemu dengan jadwal yang ditentukan, ketika mereka tidak bisa menghadiri suatu acara dalam komunitas, mereka selalu memantaunya dalam media sosial, atau dalam grup seperti whatsapps, karena mereka juga ingin merasakan keikutsertaan walaupun tidak bisa menghadiri secara langsung.

*Fomo (Fear of Missing Out)* kini telah menjadi sebuah gaya hidup yang penting dalam era modern karena manusia berada dalam era informasi yang luas juga teknologi yang sangat berkembang. Fenomena ini mempunyai ikatan yang erat dengan penggunaan media sosial yang merupakan faktor yang paling berpengaruh. Media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan diri mereka, berkomunikasi, berkolaborasi dan berinteraksi dengan pengguna lain. Namun, hal ini dapat menjadi sumber kecemasan ketika pengguna melihat aktivitas menyenangkan oleh kelompok dan individu tidak mampu untuk ikut serta (Wahyuni Yulya dkk, 2022).

Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) mengemukakan bahwa *Fear of Missing Out (FoMO)* adalah perasaan cemas akan kehilangan pengalaman berharga yang dimiliki seseorang atau kelompok lain, ketika individu tersebut tidak dapat hadir di dalamnya namun individu mempunyai keinginan untuk tetap terhubung dengan apa yang orang lain lakukan, sedangkan definisi menurut JWTIntelligence.com (Taswiyah, 2022) *Fear of Missing Out (FoMO)* adalah suatu perasaan gelisah dan terkadang takut dengan hal-hal yang terlewatkan, jika temannya melakukan hal yang menurut individu lebih menyenangkan (Taswiyah, 2022).

Gaya hidup para pemodifikasi motor yang mengalami FOMO tentu berbeda dengan masyarakat pada umumnya, karena gaya hidup dapat dilihat dari suatu usaha individu dalam membentuk identitas diri dalam interaksi sosial. Para pelaku modifikasi motor akan selalu berusaha mencapai kebutuhan untuk mampu bersosialisasi dengan orang lain. Rasa keingintahuan yang sangat tinggi membuat mereka ingin selalu mencari tahu apa yang dilakukan kelompok sosialnya, ketinggalan moment berharga baginya membuat rasa cemas selalu menghampirinya, jadi mereka selalu mengecek media sosialnya setiap saat untuk mengetahui informasi-informasi terbaru setiap harinya.

Pada penelitian sebelumnya tentang identitas sosial dan gaya hidup yang dilakukan oleh (Oktarin & Wijaya, 2023) berjudul “Sneakers Impor Sebagai Bentuk Identitas Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Negeri Semarang” merupakan penelitian kualitatif dengan subjek nya yaitu mahasiswa pada Universitas Negeri Semarang, pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa dalam membeli sneakers import para mahasiswi mengutamakan kualitas, merek dan model. Terdapat alasan mahasiswa membeli sneakers yaitu pertimbangan, dan dorongan dari lingkungan luar serta kebutuhan, kenyamanan dan sebagai ekspresi citra identitas.

Penelitian sebelumnya tentang identitas sosial yaitu penelitian (Petty Arisanti, 2021) berjudul “Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial dan Desain Coffe Shop” Penelitian dilakukan melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan jenis penelitian studi fenomenologi. Sumber data primer adalah enam orang yang termasuk dalam kaum milenial yang hobi hangout di kafe mewah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena menjadikan kafe sebagai rumah kedua dilatarbelakangi oleh suatu kebutuhan pencitraan diri terhadap identitas kelas sosial bagi kaum milenial, makna yang ditimbulkan dari fenomena hangout yang terus menerus dan dalam jangka panjang membentuk persepsi sebagaimana yang dimunculkan oleh orang-orang yang hobi memamerkan gaya hidup serba mewah di media sosial sebagai bentuk pencitraan diri bahwa memiliki kelas sosial yang tinggi.

Penelitian selanjutnya membahas tentang gaya hidup mahasiswa pengidap *Fear of Missing Out* yang di lakukan oleh (L. S. Putri dkk., 2019) penelitian menggunakan metode kualitatif membahas gaya hidup mahasiswa FOMO melalui aktivitas, minat, dan opini citra diri mahasiswa FOMO terpapar melalui gaya hidup, dan ruang sosialnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara secara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah gaya hidup mahasiswa FOMO terlihat dari karakteristik, citra diri, dan ruang



sosialnya. Hal ini terbentuk karena kebiasaan mahasiswa FOMO dan ketergantungan mereka terhadap sosial media.

Berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan, studi ini memiliki objektif untuk menyelidiki korelasi antara identitas sosial dan *fear of missing out* terhadap gaya hidup para pelaku modifikasi motor yang Dimana hal ini diperlukan kajian lebih dalam untuk mengetahuinya melalui judul penelitian “Identitas Sosial dan Fear of Missing Out Terhadap Gaya Hidup Para Pelaku Modifikasi Motor”.

#### B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana deskripsi variabel Gaya Hidup, Identitas Sosial, dan *Fear of Missing Out*?
2. Bagaimana hubungan antara Identitas Sosial dengan Gaya Hidup para pemodif motor?
3. Bagaimana hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Gaya Hidup para pelaku pemodif motor?
4. Bagaimana pengaruh Identitas Sosial dan *Fear of Missing Out* terhadap Gaya Hidup para pelaku modifikasi motor?

#### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran variabel Gaya Hidup, *Fear of Missing Out*, dan Identitas sosial.
2. Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara Identitas Sosial dengan Gaya Hidup pada pelaku pemodif motor.
3. Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Gaya Hidup pada pelaku modifikasi motor.
4. Untuk mengetahui pengaruh Identitas Sosial dan *Fear of Missing Out* terhadap Gaya Hidup pada pelaku modifikasi motor.

#### D. Manfaat penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap akan menghasilkan beberapa manfaat bagi beberapa pihak dan instansi yang terkait sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil temuan ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi yang berharga pada pengembangan ilmu dan pengetahuan di bidang Psikologi Sosial, baik bagi para akademisi maupun masyarakat umum. Hasil temuan ini juga diharapkan berguna sebagai referensi serta sumber literatur tambahan kepada para peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa.

### 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah:

#### a. Bagi Masyarakat

Penulis berharap hasil temuan ini mampu mendorong masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih kebutuhan hidup yang bermanfaat bagi diri sendiri, jika tergabung dalam lingkungan sosial mampu mengelola gaya hidup sesuai kemampuan yang dimiliki.

#### b. Bagi Universitas

Penulis berharap hasil temuan ini berguna untuk referensi penelitian lebih lanjut yang akan dilakukan di masa mendatang, dengan fokus yang lebih mendalam.

#### c. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna untuk sumber pengetahuan serta rujukan yang bermanfaat bagi studi lanjutan di bidang lain, sehingga dapat meningkatkan kualitas pembelajaran

