

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Motor kustom saat ini tengah banyak digemari oleh beberapa kalangan yang menyukai motor. Kalangan pecinta motor ikut meramaikan dunia kustom motor mulai dari generasi muda hingga tua, bahkan saat ini dunia kustom motor sudah merebak di kalangan anak muda. Perkembangan kustom motor di Kota Bandung terus meningkat seiring dengan banyaknya acara kustom kulture di Kota Bandung. Penggemar kustom sendiri datang dari berbagai kalangan maupun karakter yang berbeda dan tergabung dalam komunitas motor kustom. Motor kustom sendiri bukan sekedar hobi tapi bahkan menjadi identitas baru bagi para pelakunya. Sejak awal mereka mengenalnya hingga merealisasikan imajinasinya dan disitulah terbentuknya karakter baru.

Kustom motor sendiri tidak mudah, dari sisi pelaku kustom sebagai *builder* kustom harus banyak berlatih dan mencari banyak referensi agar motor yang mereka buat dapat sesuai dengan yang sudah dikonsepskan. Tentunya itu tidak mudah dan pasti memakan waktu untuk belajar dan riset serta biaya. Lalu dari sisi pelaku sebagai konsumen motor kustom pun demikian, konsumen atau pelaku kustom harus paham betul dengan konsep genre motor yang diinginkan sesuai dengan karakternya. Sebagai *custom enthusiast* tentunya harus bersabar dalam membangun motor kustom, karena dalam membangun motor kustom membutuhkan waktu yang tidak cepat dan biaya yang tidak murah. Selain itu para *custom enthusiast* akan dipaksa untuk menjadi kreatif, inovatif dan merealisasikannya pada motor tentunya sesuai dengan karakter dan ekspresi diri mereka.

Selain itu yang menjadi alasan peneliti melakukan penelitian di Kota Bandung adalah karena pertumbuhan anak muda di Kota Bandung ini terus meningkat, dilihat dari banyaknya antusias pecinta motor untuk menghadiri *event* BBQ Ride.

Acaran tahunan yang dimulai sejak 2012 ini menjadi tempat para kreator menampilkan karya terbaiknya, mulai dari motor *handmade*, merek pakaian, helm dan komunitas motor. BBQ Ride sendiri menjadi ajang pertemuan anak muda dari berbagai komunitas, perorangan, dan pengusaha dengan benang merah otomotif. Mereka mewadahi seniman dan *builder* motor yang dikemas dalam bentuk festival. Menurut informasi yang peneliti peroleh, yang menjadi alasan banyaknya antusias di setiap acara kustom kulture ini karena mereka para *custom enthusiast* datang untuk mencari referensi. Kejenuhan mereka akan motor konvensional yang ada membuat mereka mencari referensi motor kustom atau vintage agar mereka mendapatkan *soul* berkendara kembali.

Dalam kustom kulture para penggemar kustom ini biasa disebut sebagai *Custom Enthusiast*. *Custom Enthusiast* merupakan sebutan untuk para penggemar kustom, siapapun yang berpartisipasi dalam dunia kustom bisa disebut juga sebagai penggemar kustom. Pada penelitian ini penulis hanya fokus pada penggemar kustom motor di Kota Bandung. Para pelaku kustom mempunyai kehidupannya sendiri, mereka adalah subjek bagi dunia sosial mereka dengan berbagai macam latar belakang, pengalaman dan pemahaman mereka mengenai objek disekitarnya. Penggemar kustom masuk kedalam sebuah lingkungan sosial yang dinamakan sebagai kustom kulture.

Istilah kustom kulture sendiri mulai diperbincangkan dalam kurun waktu 4 tahun kebelakang di Kota Bandung. Kustom kultur menjadi perbincangan di kalangan pecinta otomotif karena kustom kultur ini berbeda dan memiliki gaya yang khas. Kustom Kultur menjelma menjadi sebuah ruang lingkungan bagi para penggemar kustom untuk berkarya, ramainya kustom kultur di Kota Bandung ditandai dengan adanya *event* yang menjadi ikon dari kustom kultur salah satunya yaitu BBQ Ride.

Kustom Kulutre di Kota Bandung sendiri digambarkan dengan kehidupan kreatif dari para pelakunya, setiap hal maupun kegiatan akan ditambahkan suatu kreasi atas diri mereka sendiri, yang melalui dari beragam pengalaman,

pemahaman, kecintaan, ide-ide, atau apa yang menurut mereka keren, menjadi ciri khas dan karakter tersendiri yang tentunya berbeda.

Kustom itu kreasi, imajinasi, inovasi untuk mencapai suatu identitas, dengan kustom kita akan dikenal dengan diri kita sendiri. Kustom Kultur adalah subkultur yang sudah ada sejak 1960 yang mulai berkembang di California Selatan, Amerika Serikat pasca Perang Dunia II. Pelaku kustom pada saat itu adalah kelas pekerja yang jenuh karena peperangan, dalam Buku *Kustom Kulture : Von Dutch, E "Big Daddy" Roth, Robert Williams and Others (1993)*, dijelaskan bahwa Kustom Kultur adalah metafora dari kultur California Selatan. Kegemaran menjadi sesuatu yang berbeda dari yang lain, melalui bahasa, adat istiadat, dan keseniannya sendiri.

Pengekspresian para pelaku kustom terhadap kendaraan khususnya motor dapat diklasifikasikan sebagai salah satu fungsi komunikasi yakni ekspresi dari pelaku komunikasi. Sesuai yang dikatakan oleh Mulyana (2013:24) dijelaskan bahwa komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan individu. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal.

Setelah apa yang sudah dipaparkan sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana *custom enthusiast* membentuk karakter dan ekspresi diri mereka ke dalam sebuah media motor dan pakaian yang menjadikan *lifestyle* baru mereka.

Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui lebih dalam apa yang melatarbelakangi seseorang hingga masuk kedalam lingkungan kustom kulture serta bagaimana pembentukan karakter simbolik penggemar kustom di Kota Bandung, beberapa hal yang menjadi penting adalah bagaimana latar belakang, faktor-faktor pembentukan, dan realisasi karakter simbolik pada para penggemar kustom ini. Beberapa poin diatas menjadi alasan peneliti untuk mengetahui lebih dalam apa yang melatarbelakangi penggemar kustom masuk kedalam lingkungan kustom kulture, lalu faktor apa saja yang mempengaruhi penggemar kustom hingga

terjadinya karakter baru, hingga sejauh mana penggemar kustom merealisasikan apa yang dia imajinasikan dan ketahui dalam lingkungan kustom kulture ini.

Dengan dibuatnya penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk masyarakat luas mengenai bagaimana lingkungan kustom kulture dan juga kehidupan para pelakunya, peneliti juga berharap adanya penelitian ini dapat mengubah persepsi masyarakat awam mengenai anak motor itu tidak hanya soal “berisik” di jalan. Tetapi dengan penelitian ini memberikan gambaran bahwa anak motor itu bisa berkembang dengan kreativitas dan inovasinya dalam hal bermotor mulai dari motor, helm, baju, hingga asesoris lainnya yang dapat menjadi peluang usaha baru dalam industri kreatif. Karena apa yang mereka bangun dan mereka jual adalah karya kreativitas mereka, mereka menjual karya seni yaitu karya seni mekanikal wujudnya adalah motor kustom itu sendiri.

Berdasarkan penjabaran di atas, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui secara mendalam bagaimana Pembentukan Karakter Simbolik oleh *Custom Enthusiast* Motor di Kota Bandung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan pokok masalah yang akan diteliti sebagai berikut yang terbagi ke dalam rumusan masalah makro (umum) serta rumusan masalah mikro (khusus).

1.2.1 Pertanyaan Makro

Dari uraian dan latar belakang masalah di atas yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana Pembentukan Karakter Simbolik oleh *Custom Enthusiast* Motor di Kota Bandung?”

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Adapun subfokus yang diangkat masalah berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana latar belakang *custom enthusiast* motor di Kota Bandung?
2. Apa saja faktor-faktor pembentuk karakter pada *custom enthusiast* motor di Kota Bandung?
3. Bagaimana motif oleh *custom enthusiast* motor di Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui serta menganalisa tentang Pembentukan Karakter Simbolik oleh *Custom Enthusiast* Motor di Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana latar belakang *Custom Enthusiast* Motor di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor pembentukan karakter pada *Custom Enthusiast* Motor di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana motif yang dilakukan oleh *Custom Enthusiast* Motor di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis penelitian adalah untuk pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum dan kegunaan teoritis secara khusus yaitu tentang pembentukan karakter simbolik oleh *custom enthusiast* motor di Kota Bandung.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan mengenai pembentukan karakter simbolik dalam konteks Komunikasi Intrapersonal. Penelitian ini juga memberikan kesempatan yang baik bagi peneliti untuk mempraktekan teori komunikasi dalam bentuk nyata terhadap fenomena yang ada di masyarakat salah satunya adalah teori interaksi simbolik.

2. Kegunaan Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Program Studi Ilmu Komunikasi untuk dijadikan sebagai referensi atau *literature* sebagai salah satu sumber pengetahuan baru mengenai masalah yang diteliti mengenai pembentukan karakter simbolik dalam konteks Komunikasi Intrapersonal.

3. Kegunaan Bagi Masyarakat

Sebagai informasi terkait dengan fenomena *Custom Enthusiast Motor* yang ada di Kota Bandung dalam konteks Komunikasi Intrapersonal khususnya informasi tentang pembentukan karakter simbolik pelaku kustom dalam subkultur Kustom Kulture.