GAYA HIDUP LAKI-LAKI DALAM MEDIA SOSIAL

(ANALISIS SEMIOTIKA AKUN INSTAGRAM KLUB MOTOR CONEXS)

Rizal Pratama Putera

Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik,

Universitas Airlangga

Email: rizalpratamaputera@gmail.com

ABSTRAK

Conexs Sidoarjo merupakan salah satu klub motor dengan kapasitas mesin 600 cc yang identik dengan gaya hidup laki-laki dan maskulinitas. Berbagai kegiatan rutin telah diadakan oleh klub motor ini, diantaranya menjelajah jalan, touring, kopdar, dan beberapa aktivitas sosial dan keagamaan. Selama kegiatan anggota dari klub motor ini mengambil beberapa foto untuk diunggah di instagram yang akan menjadi bahan penelitian ini. Penelitian menggunakan metode semiotika Pierce.

Hasil dari penelitian ini yaitu dalam foto instagram Klub Motor Conexs Sidoarjo terdapat sign, object, dan interpretan Pada tujuh foto, yang menjadi instrument penelitian ini, terdapat empat kategori model, diantaranya aktivitas klub, aktivitas sosial, kelas sosial, dan keagamaan. Indeks pada foto yang ditampilkan lewat tiga tanda, antara lain kata-kata yang berhubungan dengan foto, lewat foto lokasi, atribut yang dipakai dan benda-benda yang ada pada foto. Sementara simbol yang muncul adalah keterkaitan antara sepeda motor dan lokasi dengan identitas kelas sosial. Objek yang ditampilkan dalam foto instagram meliputi tiga kegiatan yaitu aktivitas klub, kelas sosial, aktivitas sosial dan keagamaan. Interpretan penelitian ini adalah foto dalam instagram menceritakan identitas Klub Motor Conex Sidoarjo sebagai klub motor yang memiliki beragam aktivitas sekaligus menunjukkan identitasnya sebagai klub motor dengan kelas sosial yang tinggi.

Kata Kunci : klub motor, gaya hidup, identitas, klub virtual, instagram

ABSTRACT

Based on the data analysis on seven Instagram photos of the Sidoarjo Conexs Motor Club on the @conexs_ofcommunity account there are four lifestyle categories. Their routine activities such touring, meeting (kopdar), attending events, there are also social and religious activities.

Their photos on Instagram divided as Sign, Object, and Interpretant. Sign on photos displayed through three signs, Instagram caption, description of location, attributes used by

motorcycle club members, and objects in the photo. While objects relate to what photos they choose. Interpretantss analyzed in Instagram photos include four activities, there are club activities, social activities, social classes, and religion. For the club's activities, the club's touring agenda was accompanied by a police guard patrol and the Conex Motorcycle Club organization meeting meeting. The two photos show members of the motor club as a special group with organized activities as their identity. In social activities, it displays a Instagram photo of the Sidoarjo Conex Motor Club while on social work at the orphanage foundation during the Ramadhan month. This shows the caring side of members who influence the surrounding environment. While for the social class featuring photos of Instagram watching with GP Motorbikes at Sepang Malaysia and photos of club members wearing high-value attributes. The choice to display both photos shows where the club's social class is. The fourth category for religious activities displays Instagram photos of club members making preparations for worship, namely ablution by showing Islamic religious attributes.

Interpreters and researchers when viewing Instagram photo photos of the Sidoarjo Conex Motor Club, which featured four activities, namely club activities, social activities, social class activities, and religious activities, which depicted the activities of the Sidoarjo Conex Motor Club. One by one Instagram photos tell the identity and style of the Conex Sidoarjo Motor Club as a motor club that has a variety of activities while showing its identity as a high-class motorbike club.

Keywords: motor club, lifestyle, identity, virtual club, Instagram

PENDAHULUAN

Media sosial memberikan kesempatan bagi individu untuk saling berinteraksi sebagai sebuah upaya aktualisasi diri. Banyak dari sebagian orang memilih bergabung pada kelompok virtual untuk menyalurkan hobinya. Tentunya mereka berkumpul karena mempunyai kesamaan visi dan misi serta guna menunjukkan identitasnya pada masyarakat. Bahkan terjadi hubungan pribadi yang erat antar para anggotanya (Hermawan, 2008). Salah satu faktor yang mendukung terjadinya interaksi sosial adalah memiliki kesamaan (Morgan et al. dalam Tin Suhartini, 2007:142-143).

Klub sejatinya tidak jauh dari identitas sosial, di mana semua anggota akan saling membangun identitas. Dalam penelitian ini, klub yang akan dibahas adalah klub motor. Mulanya identitas keanggotaan dalam klub motor dikenal dengan citra yang negatif, antara lain ugal-ugalan di jalan dan sering melanggar lalu lintas (Qomaroh, 2014) serta maskulinitas. Hal ini tak terlepas dari gender. Robert Stoller dalam Nugroho (2011:2) menjelaskan bahwa gender adalah yang bersifat sosial budaya atau kontrsuksi sosial pada manusia. Seseorang yang disebut memiliki seks sebagai laki laki seringkali digambarkan berdada bidang, memiliki

kumis, jakun dan alat reproduksi yaitu penis. Melalui ideologi kapitalisme, muncul stereotip imaji gender yang membentuk maskulinitas. Jib Fowles (1996) dalam *Advertising and Popular Culture* imaji maskulinitas digambarkan bahwa penampakan laki-laki itu adalah aktif, agresif, dan rasional. Aktivitas laki-laki lebih banyak berkaitan dengan kegiatan fisik seperti olahraga, pergi ke kantor, naik gunung, balapan, atau berada di bengkel.

Sehingga keberadaan klub motor tidak hanya memberikan identitas baru pada setiap anggotanya dengan mempertahankan struktur yang mereka buat serta mampu mempengaruhi masyarakat di sekitarnya. Seperti halnya beberapa kejadian kekerasan yang diekspos oleh media tentang kegiatan klub motor salah satunya Hells Angel di Belanda berbahaya bagi ketertiban umum (kompas.com, 2019). Sementara di Indonesia konotasi negatif lebih banyak dilekatkan pada kata "geng motor" yang melakukan tindakan vandalisme hingga perampokan yang terjadi pada Februari 2019 di Bekasi (detik.com, 2019).

Di sisi lain, tidak semua klub motor yang melakukan tindakan negatif. Pada waktu tertentu, mereka menunjukkan pada masyarakat bahwa klub motor memiliki kegiatan yang positif. Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk meneliti klub motor yang berada di Sidoarjo melalui akun instagram @conexs_ofcommunity. Dari klub motor Conexs Sidoarjo peneliti mencoba untuk melakukan pengamatan tentang aktivitas yang ditampilkan dari klub tersebut.

Umumnya stereotip yang melekat pada laki laki anggota klub motor adalah macho, memakai motor gede, tanding motor, atau bahkan eksklusifitas. Penggambaran-penggambaran semacam itu menjadi menarik jika dikaji untuk mengetahui bagaimana makna diproduksi melalui penggambaran identitas serta peristiwa yang berkaitan dengan konsep produksi makna. Representasi adalah konstruksi realitas seperti orang, peristiwa, tempat, dan budaya (Hall, 1997). Peneliti menggunakan metode semiotik Pierce untuk menjelaskan penggambaran gaya hidup yang ditampilkan pada akun instagram Conexs Sidoarjo.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini yaitu: "Bagaimana gaya hidup laki-laki pada instagram @conexs_ofcommunity?"

KERANGKA TEORI

Gaya Hidup

Gaya hidup ialah bagian dari kehidupan sosial sehari-hari dunia modern.

Gaya hidup merupakan bentuk khusus pengelompokan status modern. Gaya hidup yakni pola-pola tindakan pembeda antara satu orang dengan orang lain. Selain itu gaya hidup dapat membantu mengerti apa yang dilakukan orang lain, mengapa dilakukan, serta apakah yang dilakukan memiliki makna bagi dirinya dan orang lain (Chaney, 1996). Gaya hidup dapat menjadi sangat personal dan juga merujuk pada identitas budaya dan sejarah. Chaney juga berasumsi bahwa gaya hidup ialah ciri sebuah dunia modern atau yang biasa dikatakan sebagai modernitas. Artinya siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan memakai ide tentang gaya hidup guna menggambarkan aksinya sendiri maupun orang lain.

Laki-Laki dan Maskulinitas

Gaya hidup dipengaruhi oleh bagaimana identitas ingin diperlihatkan. Dalam penelitian ini klub motor yang didominasi oleh anggota berjenis kelamin laki-laki ingin menunjukkan maskulinitas. Maskulinitas atau yang juga dikatakan sebagai kejantanan atau kedewasaan merupakan salah satu atribut sosial yang digunakan untuk memberikan label pada seseorang yaitu laki laki.

Dalam kehidupan bermasyarakat, seorang laki-laki dituntut untuk melakoni peran jender tertentu berdasarkan jenis kelaminnya. Dalam kehidupan masyarakat berbudaya patriarki, termasuk Indonesia, peran jender untuk laki-laki amat kuat dipengaruhi oleh ideologi maskulin (Piliang, 2010).

Media Sosial sebagai Media Representasi

Pesan-pesan maskulinitas juga dapat disebarluaskan di media sosial. Instagram sebagai media sosial yang memilik keunggulan dengan cara *photo-sharing* sehingga dapat menampilkan foto. Instagram memiliki kekuatan gambar virtual yang dapat menarik minat masyarakat sehingga memicu *attention* yang lebih dibanding media sosial yang lain. Instagram saat ini bukan lagi sebagai platform yang digunakan untunk mengunggah foto dari diri sendiri namun juga sudah mulai berkembang sebagai media yang berfungsi untuk melakukan *personal branding* atau *branding* bagi institusi atau klub tertentu tentang eksistensi mereka. Instagram juga menjadi media sosial yang berfungsi sebagai langkah untuk melakukan promosi atau pemasaran sebuah produk. Instagram sebagai media sosial memiliki pengaruh untuk mengubah dan membentuk opini masyarakat terkait suatu hal tertentu. Sehingga penggunaan instagram dapat membantu masyarakat

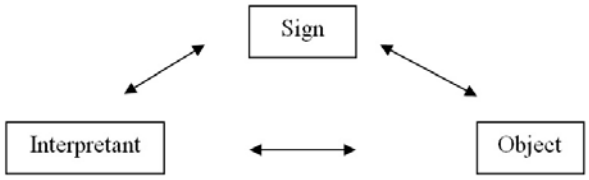
untuk mengenal kegiatan sebuah klub seperti halnya klub klub motor Connexs.

Klub Virtual

Rheingold mengutarakan bahwa klub virtual sebagai agregasi sosial yang timbul dari net saat cukup banyak orang mendiskusikan publik cukup lama, dengan emosi manusia yang mencukupi, guna membentuk jaringan hubungan pribadi di dunia maya (Rheingold, dalam Lee, 2002:3). Klub virtual juga muncul karena memiliki kesamaan nasib dan perasaan. Untuk mengambil suatu keputusan, anggota klub memerlukan input dari sesama anggota klub yang dijadikan motivasi dalam pembeliannya. Anggota klub cenderung mengambil keputusan pembeli dengan sesuatu yang memiliki bagian dari pengalaman mereka.

Semiotik Pierce

Dalam mengInterpretand gambar yang ada di akun instagram, peneliti menggunakan teori segitiga makna atau triangle meaning yang dikemukakan oleh Pierce. Analisis menggunakan studi ini mampu memberikan pemahaman realitas kepada target khalayak (Sobur, 2004). Teori ini terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda (*sign*), *object*, dan *interpretant*.



Tanda merupakan sesuatu yang berwujud fisik yang biasa ditangkap oleh panca indera manusia serta merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Pierce menyebutkan bahwa tanda terdiri dari Simbol (tanda yang muncul dari kesepakatan), Ikon (tanda yang muncul dari perwakilan fisik) serta Indeks (tanda yang muncul dari hubungan sebab-akibat). Ketiga unsure tersebut saling berhubungan. Hubungan pengiriman dan penerimaan tanda disebut dengan semiosis (Zaimar, 2008:4).

Dalam teori tersebut semiotik dibagi menjadi dua bagian (dikotomi) yakni penanda (*signifier*) dan pertanda (*signified*). Penanda dipandang sebagai bentuk/wujud fisik, sementara itu, pertanda ialah makna yang tersibak lewat konsep, fungsi dan/atau nilai-nlai yang ada didalamnya. Sedangkan acuan tanda tersebut dikatakan sebagai objek. Objek atau acuan tanda merupakan konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang ditujukan tanda (Sobur, 2004).

Interpretant atau pengguna tanda merupakan konsep pemikiran dari orang yang memakai tanda serta menurunkannya ke suatu makna khusus atau makna yang ada dalam pikiran seseorang tentang objek yang ditujukan sebuah tanda. Hal paling penting dalam proses semiosis ialah bagaimana makna timbul dari sebuah tanda saat tanda itu dipakai orang saat berkomunikasi (Greenlee, 2007).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti memilih jenis penelitian ini sebab tujuan penelitian ini ialah mengetahui gaya hidup laki laki klub motor pada akun instagram Conexs Sidoarjo. Prosedur yang digunakan dengan menganalisis foto pada akun instagram @conexs_ofcommunity.

Metode dalam penelitian ini merupakan analisis foto pada akun instagram dengan menggunakan metode semiotika Pierce. Metode ini mampu mengungkapkan makna yang terdapat pada tanda yang berwujud fisik yang bisa panca indera manusia tangkap serta merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Penelitian ini menggunakan metode semiotik Pierce dengan melakukan analisis terhadap foto yang merupakan sasaran penelitian.

Metode penelitian semiotik melihat lebih lanjut tanda-tanda yang dapat dipersepsi oleh penerima. Dengan menggunakan metode semiotik, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemilik akun instagram dapat mengartikulasikan tentang sebuah pesan yang ingin disampaikan melalui foto dan dipersepsi oleh penerima pesan mengenai makna tertentu.

HASIL PENELITIAN

a. Gaya Hidup Laki-Laki Klub Motor Conexs Sidoarjo

Gaya hidup klub Klub motor CONEXS diekspresikan melalui penampilan para biker, seperti cara berpakaian, model rambut, gaya berbicara, dan kebiasaan yang tampak dari para biker serta jenis motor yang mereka tunggangi. Jaket para biker kebanyakan di penuhi logo klub Klub motor CONEXS, warna hitam, dan slayer serta celana jeans.

Kesamaan yang dilakukan oleh setiap anggotanya tersebut menunjukkan terjadi hubungan pribadi yang erat antar para anggotanya (Hermawan, 2008). Khususnya slogan s*olid, polite, and elegant* yang mereka miliki diwujudkan melalui

bagaimana mereka berkendara. Menurut Durkheim dalam Gerungan (2009) solidaritas kelompok mewujudkan interaksi sosial yang harmonis seperti halnya yang dilakukan oleh Conexs Sidoarjo saat touring.

Foto pertama adalah aktivitas touring mereka. Kegiatan *touring* yang dilakukan oleh Klub Motor Conexs Sidoarjo di jalan raya dengan busana seragam dan formasi yang tertib merupakan gaya hidup. Dikawalnya klub motor Conexs Sidoarjo pada saat touring berpotensi menimbulkan kemacetan. Kemacetan berpotensi menimbulkan kerugian bagi pengendara lain. Respon ketidaksukaan masyarakat kepada klub motor khususnya moge yang mendapat perlakuan khusus dari kepolisian adalah wujud dari bias kepentingan. Identitas yang dimiliki oleh klub motor Conexs menghubungkan dengan individu serta masyarakat luas melalui perilaku yang diproduksi (Hogg, 1993)

Pada foto kedua menggambarkan aktivitas rapat anggota. Eksistensi klub Motor Conexs Sidoarjo merupakan klub motor memiliki organisasi resmi yang menjalankan klub berdasarkan struktur organisasi, terencana, dan dan memiliki tujuan yang jelas. Sebagai organisasi klub motor, Klub Motor Conexs Sidoarjo sangat menjaga citra sebagai klub yang resmi dan memiliki orientasi organisasi yang jelas. Organisasi dijalankan secara terstruktur dan bukan asal jalan saja melainkan juga ada perencanaan dan keberlanjutannya.

Klub Motor Conexs Sidoarjo harus menujukkan citranya sebagai klub modern. Hal tersebut sesuai dengan asumsi Chaney (1996) bahwa gaya hidup adalah ciri-ciri sebuah dunia modern ataupun disebut modernitas. Mengorganisasi kegiatan melalui rapat-rapat format merupakan simbol modernitas. Melalui foto instagram yang dibagikan ke publik ingin menyatakan bahwa Klub Klub Motor Conexs Sidoarjo

bukan klub tradisonal yang dikelola secara tradisonal.

b. Gaya Hidup dan Aktivitas Sosial Keagamaan

Meski kegiatan utama klub berkaitan dengan sepeda motor, klub juga mengadakan kegiatan keagamaan. Hal ini dapat diInterpretandkan bahwa Klub Motor Conexs Sidoarjo ingin dikenal sebagai klub motor yang religius. Klub motor yang tetap memegang nilai-nilai agama. Hal tersebut ditunjukkan melalui tanda-tanda membilas kaki di bawah keran serta anggota yang memakai peci merupakan aktivitas berwudhu atau mensucikan diri. Dalam agama Islam, aktivitas ini dilakukan apabila akan melangsungkan ibadah shalat. Ekspresi yang ditampilkan saat berwudu menunjukkan kekhusyukan sebab saat menjalankan ritual wudhu tersebut disertai niat kepada Tuhan.

Sihabudin (2011) menyatakan bahwa gaya hidup dapat menjadi sangat personal dan juga merujuk pada identitas budaya dan sejarah. Kegiatan keagamaan yang diadakan klub dan diikuti oleh anggota klub merupakan simbol identitas sebuah klub yang religius. Klub Motor Conexs Sidoarjo ingin dikenal sebagai klub motor yang tetap menjunjung nilai-nilai agama.

Klub Motor Conexs Sidoarjo melalui kegiatan keagamaan ingin menyatakan identitasnya kepada seluruh anggota klub dan masyarakat bahwa Klub Motor Conexs Sidoarjo tetap menjalankan kegiatan keagamaan meski kegiatan utama klub adalah terkait dengan sepeda motor. Klub Motor Conexs Sidoarjo hendak menancapkan indentitasnya sebagai klub yang tetapa memegang nilai-nilai keagamaan ditengah persepsi buruk masyarakat terhadap klub motor yang lebih menonjolkan hedonisme.

Kegiatan keagamaan yang dibagi lewat instagram sekaligus juga menjadi upaya Klub Motor Conexs Sidoarjo untuk menunjukkan bahwa Klub Motor Conexs Sidoarjo memiliki budaya yang berbeda dengan klub motor lain yang sebagian lebih menonjolkan sisi negatifnya.

Penyelenggaraan acara keagamaan yang dilakukan oleh Klub Motor Conexs Sidoarjo merupakan upaya pengembangan identitas melalui konsep diri dan interaksi

dengan orang lain. Hal tersebut sesuai dengan penyataan George Herbert Mead dalam Pasaribu (2014) mengatakan setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui (*an organism having self*) interaksi dengan orang lain dalam masyarakat dan itu dilakukan lewat komunikasi. Jadi kita mengenal diri kita lewat orang lain, yang menjadi cermin yang memantulkan bayangan kita.

Klub Motor Conexs Sidoarjo merupakan klub motor yang peduli terhadap masyarakat yang kurang mampu khususnya anak yatim di Panti Asuhan. Di sela-sela kegiata atau agenda rutin, Klub Motor Conexs Sidoarjo juga meluangkan waktu untuk berbagi dengan masyarakat kurang mampu.

Selain memiliki kesukaan terhadap motor dengan CC besar, anggota Klub Motor Conexs Sidoarjo juga harus menunjukkan kepeduliannya terhadap sesama sebagai sebuah ciri klub. Hartley, (2011) menyatakan bahwa gaya hidup dalam suatu klub dapat menjadi sebuah ciri tertentu klub tersebut, atau bisa dikatakan gaya hidup bisa dilihat sebagai “kartu identitas” bagi keanggotaan suatu tingkatan sosial.

Klub Motor Conexs Sidoarjo memandang penting kepedulian yang diwujudkan dalam sustu kegiatan klub. Kepedulian dalam suatu klub menjadi penting sebagai sebuah pembeda dengan klub lain yang lebih mengejar dan memperlihatkan hedonisme. Klub Motor Conexs Sidoarjo tidak ingin dipandang negatif sebagai klub motor yang hanya membuat keributan dan pamer sepeda motor saja.

Kegiatan-kegiatan yang menampakkan kepedulian klub perlu dibagikan melalui media instagram agar masyarakat mengetahui bahwa Klub Motor Conexs Sidoarjo memiliki ciri peduli terhadap sesama. Kepedulian terhadap sesama merupakan ciri khas dari Klub Motor Conexs Sidoarjo yang membedakan dengan klub lain.

Foto ketiga di kategori ini Adanya komitmen dari anggota klub motor untuk tetap menjalankan aktivitas kegiatan di bulan Ramadhan merupakan bentuk kreasi dari klub yang merupakan bagian dari gaya hidup. Di tengah kegiatan hingar-bingar touring atau kegiatan lain yang berkaitan

dengan motor dengan cc yang tinggi, Klub Motor Conexs Sidoarjo tetap mengadakan kegiatan Ramadhan.

Chaney, (1996) menyatakan bahwa gaya hidup merupakan hasil kreasi atau adopsi artifisial. Gaya hidup adalah sumber interpretatif atau bentuk pengetahuan lokal yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Klub Motor Conexs Sidoarjo berkreasi dengan menciptakan kegiatan klub di bulan Ramadhan seperti buka puasa bersama, pembagian takjil merupakan bentuk gaya hidup. Klub Motor Conexs Sidoarjo membuat sebuah kegiatan yang mengambil ide dasar keagaamaan dan memodifikasi menjadi kegiatan bersama yang melibatkan seluruh anggota klub.

c. **Gaya Hidup dan Kelas Sosial**

Klub Motor Conexs Sidoarjo merupakan klub motor yang memiliki minat terhadap lomba Motor GP yang dilaksanakan di Malaysia. Sehingga anggota klub yang mengikuti nonton bareng Motor GP selain memiliki minat juga kemampuan kemampuan secara finansial. Kemampuan untuk menonton motor GP di Speang malaysia merupakan petunjuk bahwa anggota Klub Motor Conexs Sidoarjo merupakan klub dengan kelas sosial yang tinggi.

Klub Motor Conexs Sidoarjo yang mampu menyelenggarakan kegiatan nonnton bareng Motor GP di Sepang Malaysia menunukkan kelas sosialnya. Menurut Sihabudin (2011) gaya hidup juga adalaj simbol gengsu suatu kelas tertentu serta bisa memiliki sifat modis yang menyebar lewat komunikasi massa melalui batas-batas kelas sosial. Dengan demikian, kegiatan nonton bareng Motor GP di Sepang Malaysia merupakan simbol prestise dari sebuah klub yang sengaja ditunjukkan untuk memberikan penanda bahwa Klub Motor Conexs Sidoarjo merupakan klub motor berkelas dan disebarkan melalui instagram.

Fakta bahwa tidak semua orang mampu membeli tiket akomodasi ke Sepang Malaysia merupakan kebaanggaan tersendiri

bagi anggota Klub Motor Conexs Sidoarjo. Hanya klub motor yang memiliki anggota yang berkelas (secara ekonomi) saja yang mampu menyelenggarakan nonnton bareng Motor GP ke Sepang Malaysia.

. Fenomena di atas sesuai dengan pernyataan Gudykunst (2002: 225), bahwa identitas merupakan hal yang penting dalam sebuah komunikasi budaya. Konsep identitas juga dapat dilihat dari aspek budaya (Tingtoo-mey, dalam Gudykunst, 2002: 214) yang didefinisikan sebagai emotional signifikan, yang membuat seseorang dilekatkan pada suatu hal, yang membedakannya dengan orang lain sehingga lebih mudah untuk dikenal.

Klub Motor Conexs Sidoarjo merupakan klub motor yang anggota memiliki sepeda motor minimal 600 CC. Salah satu anggotanya yang disebut dengan “bro” menunjukkan bahwa sebutan ini umumnya diberikan kepada laki-laki sebab “bro” merupakan panggilan singkat dari “brother” yang dalam bahasa inggris berarti “saudara laki-laki”. Unsur kedekatan dengan panggilan tersebut menunjukkan adanya kedekatan dalam komunitas virtual. Seperti halnya pendapat Rheingold bahwa komunitas virtual guna membentuk jaringan hubungan pribadi di dunia maya (Rheingold, dalam Lee, 2002:3). Adanya interaksi berupa mention kepada individu dengan panggilan akrab menunjukkan kedekatan.

Berkaitan dengan atribut yang dipakai, motor dengan kelas CC besar merupakan pertanda klub motor dengan kelas sosial tinggi. Hanya orang yang memiliki kemampuan finansial yang dapat membeli sepeda motor dengan CC yang besar. Seperti halnya, beberapa artis Indonesia yang menyukai moge seperti Ariel NOAH, Gading Martin, dan Virgoun (liputan6.com, 2018).

Sangat selektif dalam berpenampilan juga mendukung bagaimana identitas dipersepsikan. Cara berpenampilan, cara memilih bahan yang dipakai juga memberi ciri khas perilaku, rasa percaya diri, dan menentukan pergaulan. Dalam hal ini identitas dan gaya hidup anggota klub Motor Conexs Sidoarjo dapat dilihat dari penampilan anggotanya saat touring yang memperlihatkan baju seragam yang lengkap dan berkualitas. Bourdieu dalam Fatherstone (2008) menyatakan penampilan menjadi

salah satu unsur penting dalam membedakan diri dari kelas sosial yang lainnya. Penampilan selalu berkaitan erat dengan selera. Kelas anggota klub Motor Conexs Sidoarjo berbeda dengan klub sejenis. Penampilan anggota klub Motor Conexs Sidoarjo terlihat berselera tinggi.

Untuk menambah maskulinitas atribut berupa helm *full face* serta penggunaan motor dengan CC yang tinggi disampaikan pada iklan-iklan dengan laki-laki dewasa sebagai karakter utama. Periklanan adalah alat untuk membangun gaya hidup karena iklan dianggap sangat efektif untuk mempengaruhi pemahaman khalayak (Effendy, 1993: 314). Di antara iklan yang terlihat di media massa, ada iklan yang melindungi konsep konstruksi gender sebuah budaya di masyarakat. Piliang (2010:274) membedakan beberapa ciri-ciri dan sifat-sifat maskulin antara lain kuat, rasional, dan macho.

Sifat-ssifat tersebut digambarkan oleh iklan-iklan dengan segmentasi khusus laki-laki, salah satunya rokok. Para laki-laki menghisap rokok hanya untuk mencitrakan dirinya sebagai laki-laki. Dua produk andalan dari lini Gudang Garam Surya, yakni Surya 16 dan Surya 12 mengkonstruksi citra sebagai produk yang maskulin.

Adanya atribut helm *full* face maupun jaket juga diadaptasi oleh anggota klub Motor Conexs Sidoarjo yang dapat terlihat di foto instagram mempunyai merek tertentu yang digunakan untuk menunjang penampilannya saat touring dan dapat dilihat oleh masyarakat luas. Pada umumnya kelas menengah khusunya menengah baru itu berbeda dengan kelas sosial berjuis, kelas sosial berjuis cenderung lebih senang dengan dirinya. Sementara, kelas sosial menengah baru cenderung kurang senang dengan dirinya sehingga mereka sering mengecek, melihat dan mengoreksi dirinya sendiri (Bourdieu dalam Chainey, 2017).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data pada tujuh foto instagram Klub Motor Conexs Sidoarjo pada akun @conexs_ofcommunity terdapat empat kategori gaya hidup yang mereka lakukan. Selain gaya hidup berupa aktivitas rutin anggota klub motor yaitu touring, kopi darat (kopdar), menghadiri event serta rapat, adapula aktivitas sosial dan keagamaan serta kelas sosial.

Dalam foto instagram klub motor Conexs Sidoarjo berkaitan dengan gaya hidup terdapat tanda atau *sign*, *Object*, dan *interpretant*. Ikon yang muncul di setiap foto adalah sepeda motor dan anggota klub

sebagai identitas pemotor (biker) yang memiliki sepeda motor minimal 600 CC. *Sign* pada foto yang ditampilkan lewat tiga tanda, yaitu kata-kata yang berhubungan dengan foto, keterangan lokasi, atribut yang digunakan oleh anggota klub motor, dan benda-benda yang ada pada foto. Sementara objek berhubungan dengan foto apa yang mereka pilih.

Interpretant yang dianalisis dalam foto instagram meliputi empat kegiatan yaitu aktivitas klub, aktivitas sosial, kelas sosial, dan keagamaan. Untuk aktivitas klub menampilkan agenda touring klub yang dikawal oleh patroli pengawal polisi serta kegiatan rapat organisasi Klub Motor Conex Sidoarjo. Pada kedua foto tersebut menunjukkan anggota-anggota klub motor adalah kelompok khusus dengan kegiatan yang terorganisir sebagai identitas mereka. Pada aktivitas sosial menampilkan foto instagram Klub Motor Conex Sidoarjo sedang bakti sosial di yayasan panti asuhan pada kegiatan bulan ramadhan. Hal ini menunjukkan sisi kepedulian dari anggota yang berpengaruh pada lingkungan sekitar. Sementara untuk kelas sosial menampilkan foto instagram nonton bareng Motor GP di Sepang Malaysia dan foto anggota klub yang mengenakan atribut bernilai tinggi. Pilihan untuk menampilkan kedua foto tersebut menunjukkan di mana kelas sosial klub tersebut. Kategori keempat untuk kegiatan keagamaan menampilkan foto instagram anggota klub sedang melakukan persiapan ibadah yaitu berwudhu dengan menunjukkan atribut keagamaan islam.

Interpretand peneliti ketika melihat foto foto instagram Klub Motor Conex Sidoarjo yang menampilkan empat aktivitas yaitu aktivitas klub, aktivitas sosial, aktivitas kelas sosial, dan keagamaan adalah mengambarkan kegiatan Klub Motor Conex Sidoarjo. Satu persatu foto instagram menceritakan identitas dan gaya Klub Motor Conex Sidoarjo sebagai klub motor yang memiliki beragam aktivitas sekaligus menunjukkan indentitasnya sebagai klub motor dengan kelas sosial yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Chaney, Davis. 1996. *Life Style.* Yogyakarta: Jala Sutra.

Fatherstone. 2008. *Resistance, space and political identities: the making of counter-global networks.* Chichester: Wiley-Blackwell.

Fowles, Jib. 1996. *Advertising and Popular Culture*. London: SAGE Publications.

Gudykunst, William B dan Molefi Kete Asante. 2002. *Handbook of International and Intercultural Communication.* London: SAGE Publications.

Hall, Stuart. 1997. *Representation Cultural Representations And Signifying Practice*. The Open University. Sage Publication. Ltd.

Hartley, John. 2010. *Communication,Culture, and Media Studies: Konsep Kunci.* Yogyakarta: Jalasutra.

Kertajaya, Hermawan. *2008*. *Arti Komunitas*. Bandung : Gramedia *Pustaka*

Lee, E. Brown. 2000. *Training for Speed, Agility, and Quickness*. America: Human Kinetic.

Piliang, Yasrif Ahmad. 2010. *Semiotika Dan Hipersemiotika : Gaya, Kode, dan Matinya Makna.* Bandung: Matahari