

# **KONSTRUKSI GAYA HIDUP KOMUNITAS KLUB MOTOR LUNATIC DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @Lawunoxiousmatic**

**Badra Adi Syahyoga; Yudha Wirawanda**  
**Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta**

## **Abstrak**

Penelitian Ini berjudul “Kontruksi Gaya Hidup Komunitas Klub Motor Lunatic Dalam Media Sosial Instagram @Lawunoxiousmatic. Penelitian ini difokuskan untuk memahami fenomena klub motor yang semakin berkembang pesat di Karanganyar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup dikonstruksi oleh komunitas klub motor Lunatic melalui media social Instagram @Lawunoxiousmatic. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mengacu pada pengumpulan data pada wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pengumpulan data adalah Pengamatan berpresenter, wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menemukan komunitas club motor khususnya lawunoxiousmatic yang diteliti, mempresentasikan gaya hidup tertentu melalui sosial media instagram. Gaya hidup ini terlihat pada simbol-simbol yang dikenakan juga pada member komunitas. Di samping itu, juga terdapat motif-motif individu bergabung dalam komunitas. Komunitas sepeda motor seharusnya hidup berdampingan dengan masyarakat untuk bisa berkomunikasi antar sesama, saling membantu sesama warga masyarakat, dan dalam perkembangan interaksi sosial. Namun club motor yang berdiri sejak 2021 ini terus melakukan sosialisasi agar masyarakat yang kurang paham akan secara perlahan mengerti bahwa club ini bukanlah geng motor atau sebuah perkumpulan yang dapat meresahkan masyarakat.

**Kata Kunci : Gaya Hidup, Komunitas Motor, Media**

## **Abstract**

This research is entitled “Lifestyle Construction Of The Lunatic Motor Club Community In Social Media Instagram @Lawunoxiousmatic. This research is focused on understanding the phenomenon of motorcycle clubs that are growing rapidly in Karanganyar. This study aims to find out how lifestyles are constructed by the Lunatic motorcycle club community through social media Instagram @lawunoxiousmatic. This study uses a qualitative method that refers to data collection in in-depth interviews, observation and

documentation. are presenter observation, in-depth interviews and literature study. The data analysis technique was carried out by data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study found that the motorcycle club community, especially the lawunoxiousmatic studied, presented a certain lifestyle via social media instagram. This lifestyle can be seen in the symbols worn by members of the community. In addition, there are also individual motives for joining the community. The motorcycle community should live side by side with the community to be able to communicate with each other, help each other among citizens, and in the development of social interaction. However, the motorcycle club, which was founded in 2021, continues to socialize so that people who do not understand will slowly understand that this club is not a motorcycle gang or an association that can disturb the public.

**Keywords: Lifestyle, Motorcycle Community, Media**

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Teknologi sekarang berkembang sangat pesat dan cepat, segala bentuk proses komunikasi sekarang menjadi lebih mudah tanpa jarak batasan lagi. Internet sangat berpengaruh bagi kemajuan teknologi di suatu daerah, dengan internet kita bisa mengakses media sosial, sarana yang digunakan dengan cara menciptakan, berbagai serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan komunikasi yang virtual. Salah satu media sosial yang populer adalah Instagram. Kita mengenalnya dengan media sosial, sebuah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan komunikasi virtual.

Pertumbuhan komunitas motor di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini merupakan sebuah realita yang dihasilkan dari perkembangan sosial masyarakat yang semakin heterogen. Berdasarkan perbandingan dengan pertumbuhan kendaraan bermotor roda dua dapat disimpulkan berbanding lurus dengan pasar sepeda motor di Indonesia merupakan yang terbesar di Asia. Kemunculan komunitas motor *matic* khususnya pada lingkup kota Karanganyar, dilatar belakangi oleh dasar sebuah kemewahan, kebanggaan atas hobi mewahnya itu yang di dominasi oleh *fashion* dan transportasi kelas atas, dan komunitas motor *matic* (Firmansyah & Handoyo, 2014).

Sebuah komunitas sepeda motor yang telah dibentuk akan melakukan berbagai upaya untuk menunjukkan eksistensinya di kalangan komunitas motor lainnya. Salah satu upaya menunjukkan eksistensi komunitas sepeda motor adalah dengan berinteraksi sesama anggota komunitasnya maupun komunitas lain. Di kalangan *bikers* Kota Karanganyar, hasil dari proses interaksi ini adalah adanya saling mengenal sesama komunitas club motor yang ada di Karanganyar. Saling mengenal dalam komunitas club motor ini kemudian memunculkan suatu jaringan sosial antar komunitas club motor.

Komunitas motor *matic* terbentuk berawal dari adanya kesamaan dalam hobi maupun latar belakang yang sama yaitu kepemilikan motor *matic*, yang pada akhirnya berkaitan dengan pilihan gaya hidupnya (Firmansyah & Handoyo, 2014). Hal ini kita kenal dengan sebutan komunitas motor ataupun klub motor, yang pada pembahasan ini membahas mengenai komunitas motor LUNATIC.

Istilah gaya hidup, baik dari sudut pandang individual maupun kolektif, mengandung pengertian sebagai cara hidup yang mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Cara sendiri bukan sesuatu yang ilmiah, melainkan hal yang ditemukan, diadopsi atau diciptakan, dikembangkan dan digunakan untuk menampilkan tindakan agar mencapai tujuan tertentu. Gaya hidup selalu berkaitan dengan upaya untuk membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Menurut Machin & Leeuwen dalam (Nurbaity et al., 2016), berbeda dengan individual *style* (gaya pribadi) dan *social style* (gaya sosial), yang dimaksud *lifestyle* (gaya hidup) disini adalah gabungan dari kedua gaya pribadi dan gaya sosial yang muncul pada wilayah sosial tertentu, merupakan aktivitas bersama dalam mengisi waktu senggang, dan sikap dalam menghadapi isu sosial tertentu. Gaya hidup konsumen adalah ekspresi ke luar dari nilai-nilai dan kebutuhan-kebutuhan konsumen. Dalam menggambarkan gaya hidup konsumen, dapat dilihat bagaimana mereka hidup dan mengekspresikan nilai-nilai yang dianutnya untuk memuaskan kebutuhannya.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia, terbukti dengan pengguna sebesar 69,2 juta pada 2020 menurut survei yang dilakukan Napoleon. Selanjutnya Luminious menggunakan media instagram ini untuk

memperlihatkan eksistensinya dengan memposting aktivitas bersama komunitas, yang secara tidak langsung menampilkan bagaimana identitas yang dimilikinya dan ditampilkan melalui akun media sosial tersebut.

Lunatic (Lawu Noxious Matic) merupakan suatu komunitas motor resmi yang dibentuk untuk pengendara motor *matic* pada 27 Februari 2021 dengan anggota awal berjumlah 25 orang. Untuk anggota komunitas motor Lunatic tidak dibatasi oleh pemilik jenis motor dari pabrik Yamaha, namun didirikan khusus bagi para pengguna motor keluaran tipe *matic*. Untuk memperluas cakupan komunitas, melalui instagram @Lawunoxiousmatic memperbesar jaringan dan relasi agar komunitas semakin dikenal baik oleh masyarakat. Gaya hidup komunitas motor Lunatic lebih berorientasi pada kebebasan ekspresi, gaya hidup komunitas motor *matic* ditampilkan melalui penampilan para *rider* (pengendara), seperti cara berpakaian, gaya rambut, gaya berbicara, dan kebiasaan yang tampak pada para *rider matic* serta model motor *matic* yang mereka tunggangi. Hal ini dijadikan sebagai identitas komunitas yang menjadi ciri khas dan pembeda dengan komunitas motor lainnya.

Fakta adanya klub motor yang selama ini kita ketahui pasti mengalami gesekan dengan masyarakat, ada beberapa pihak yang mendukung dan tidak jarang juga mengasingkannya. Hal ini disebabkan karena banyaknya tindakan kekerasan yang melibatkan komunitas motor. Oleh karena itu LUNATIC menunjukkan perbedaan mereka dengan bersosialisasi dengan masyarakat, membantu sesama dan gotong royong untuk menunjukkan citra yang baik dan menerapkan dasar-dasar daripada komunitas yakni lokalitas dan perasaan masyarakat setempat.

Realitas tentang fenomena komunitas sepeda motor dengan segala persepsi dan citra negatif tentang mereka menarik untuk diketahui secara mendalam tentang bagaimana sebenarnya 'dunia' komunitas club motor di Kota Karanganyar. Melalui penelitian ini diharapkan akan ada wawasan baru tentang persepsi para *bikers* dan perannya sebagai sebuah komunitas dalam sistem sosial budaya masyarakat Karanganyar.

Penelitian yang sejenis pernah dilakukan oleh Rakhmad Firmansyah dan Pambudi Handoyo dengan judul "Gaya Hidup Komunitas Motor Jupiter Di Surabaya" yang membahas mengenai bagaimana sebuah komunitas motor dalam merepresentasikan diri mereka dengan

gaya hidup yang mereka miliki (Firmansyah & Handoyo, 2014), selanjutnya penelitian berjudul “Persepsi Anggota Club Motor Terhadap Gaya Hidup Komunitas Di Surabaya” yang dilakukan oleh Fitri Nurbaiti dan dua penulis lainnya yang membahas mengenai mengapa sebuah komunitas motor dapat terbentuk, dan bagaimana persepsi yang ditampilkan. (Nurbaiti et al., 2016). Hal ini sejalan dengan penelitian yang akan dilakukan karena memiliki struktur penelitian yang sama yaitu mengenai kaitannya gaya hidup seseorang yang bergabung dalam suatu komunitas motor. Adapun penelitian mengenai konstruksi sosial sebelumnya telah dilakukan oleh Lambda Sharli Anbiya yang meneliti tentang “Konstruksi Identitas Komunitas Hijabers Kelas Menengah Solo dalam Media Sosial Instagram”. Ia menemukan bahwa melalui Instagram, Hijabers Kelas Menengah Solo berusaha untuk mempertontonkan gaya hidup dan menegaskan kelas dimana mereka berada. Mereka menampilkan gaya hidup yang konsumtif melalui aktivitas dengan latar belakang, pakaian, dan *make up* untuk mendukung identitas dirinya melalui postingan gambar di Instagram. (Anbiya et al., 2021)

Oleh karena itu bagaimana sikap yang ditampilkan komunitas melalui akun media sosial yang dimilikinya ini menjadi hal yang penting untuk kita teliti terlebih komunitas ini baru berdiri, sehingga bentuk penerimaan masyarakat juga perlu diperhatikan. Dengan penjelasan tersebut peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup dibangun oleh komunitas klub motor Lunatic dalam media sosial Instagramnya

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana konstruksi gaya hidup komunitas klub motor Lunatic dalam Media Sosial Instagram @Lawunoxiousmatic?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui konstruksi gaya hidup komunitas klub motor Lunatic dalam Media Sosial Instagram @Lawunoxiousmatic?

## 1.4 Teori Terkait

### 1.4.1 Media Baru

Istilah media baru sering diartikan secara sederhana sebagai media interaktif yang menggunakan perangkat dasar komputer. Pengertian media baru yang selanjutnya memberikan cakupan yang lebih luas seperti diungkapkan oleh Croteau 1997 dalam (Kurnia, 2005) bahwa media baru yang muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, *satellites*, teknologi optik fiber dan komputer. Dengan teknologi seperti ini, pengguna bisa secara interaktif membuat pilihan serta menyediakan respon produk media secara beragam.

Media adalah segala macam bentuk saluran yang digunakan untuk menyalurkan berbagai macam jenis informasi. Sebelum tahun 1970-an media diartikan kemudian digolongkan berdasarkan cara penyampaiannya. Media cetak yang memanfaatkan kertas sebagai medianya, sebagai contoh koran, majalah serta buku. Media elektronik yang memanfaatkan pancaran simyal seperti radio dan televisi.

Selain itu menurut McQuail dalam (Kurnia, 2005; Mc Quail, 2001) mengelompokkan media baru dalam empat jenis yakni media komunikasi interpersonal, media bermain yang interaktif, media pencarian informasi, dan yang terakhir media partieipasi kolektif. Media komumikasi interpersonal meliputi e-mail, handphone, dan telepon. Sedangkan media bermain interaktif meliputi permainan yang ada di internet, videogame, dan komputer. Media pencarian informasi meliputi search engine ataupun portal untuk mencari informasi. Terakhir, mediabpartisipasi kolektif meliputi pemanfaatan internet guna membagi dan bertukar pengalaman, pendapat, dan informasi untuk menjalin hubungan melalui komputer dimana pemanfaatan komputer tidak berpaku sebagai sebuah alat saja namun dapat memunculkan afeksi dan juga ikatan yang emosional. Terlepas dari media baru yang dikelompokkan, medianbaru memiliki arti penting dalam masyarakat dengan kehadirannya dimana kehadirannya membawa ke konsep masyarakat informasi sebagai masyarakat yang melakukan kegiatan komunikasi dan berbagi informasi ditentukan oleh teknologi dan jaringan yang digunakan (Mc Quail, 2001).

Pierre Levy menyatakan pendapatnya mengenai media baru dimana media baru ialah sebuah teori yang didalamnya terdapat pembahasan mengenai pengembangan media yang

ada selama ini. Terdapat dua pandangan pada teori media baru, pandangan yang pertama yakni bahwasannya terdapat perbedaan media berdasarkan kedekatan media dengan model yang melaksanakan interaksi tatap muka, ini disebut pandangan intraksi sosial. Sedangkan pandangan yang kedua disebut pandangan integrasi sosial, pada pandangan ini dilakukan pendekatan yang penggambaran medianya tidak dari penyebaran, interaksi, maupun informasinya, namun dalam bentuk ritual atau mengenai cara manusia atau penggunaannya memanfaatkan media sebagai sebuah cara guna terciptanya masyarakat dengan penyatuan masyarakat melalui perasaan saling memiliki, hal ini yang menjadi pembeda media berdasarkan tingkat kedekatannya dengan interaksi tatap muka (Hajar, 2018)

Asumsi dari teori ini yakni bahwasannya kecanggihan, kemajuan dan bentuk dari media baru memungkinkan pengguna untuk cenderung lebih mengikuti alurnya dan juga menerima bahwasannya dirinya secara konstan disuntik oleh pesan yang tersampaikan dari media baru ini. Pandangan Levy akan *World Wide Web* (WWW) yakni sebuah lingkungan dengan informasi yang dinamis, fleksibel, dan terbuka, yang mana menciptakan kemungkinan bagi manusia untuk dapat melakukan pengembangan akan pengetahuan-pengetahuan baru dan juga memungkinkan manusia untuk turut andil dalam dunia demokratis mengenai pemberian kekuasaan dan pembagian mutual dengan lebih interaktif yang didasari oleh masyarakat (Hajar, 2018). *Network society* merupakan salah satu bagian dari media baru dimana formasi sosial pada *network society* ber infrastruktur dari komunitas massa, organisasi, dan kelompok yang melakukan penegasan sebagai bentuk awal organisasi berdasarkan segala segi. Segala segi yang dimaksud yakni kelompok sosial, organisasi, grup, maupun individu. Sehingga, aspek mendasar dari formasi teori ini yakni seluruh hal yang berhubungan luas secara kolektivitas (Albert et al., 2010).

Media baru membawa dimensi segar dalam menyampaikan pesan kepada publik. Lahirnya media baru melalui keberadaan internet di bidang komunikasi, meningkatkan metode penyampaiannya informasi. Ini memberikan cara alternatif untuk mengumpulkan informasi daripada hanya bergantung pada media tradisional. Selain itu, lanskap media telah berubah dari didominasi oleh media tradisional menjadi sesuatu yang memiliki perspektif lebih luas karena penggunaan media baru. Perubahan ini telah mempengaruhi cara berpikir orang (Chrisman, 2008). Selain itu, berita online diharapkan tumbuh dengan menawarkan

dukungan interaktif dan fasilitas berita terkini, dan melalui konten multimedia, aktifkan pengalaman kesegeraan konsumsi berita (Omar, 2017).

Brogan (2010: 11) di dalam (Al-Rahmy, et al., 2018) mengemukakan bahwa media social merupakan suatu alat atau media baru untuk komunikasi yang dapat membuka kemungkinan dalam lebih banyak lagi interaksi yang awalnya hanya bisa dilakukan secara langsung (*face to face*). Berdasarkan hal tersebut secara jelas dapat menjadikan media social sebagai sebuah wadah online yang memiliki sifat digital hing memungkinkan setiap individu ataupun kelompok untuk saling berinteraksi satu sama lain dengan penggunaan internet tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu seperti interaksi berbagi foto, video, informasi dan lain sebagainya. Seperti apa yang dikemukakan oleh Shimp dan Andrews (2013: 378) dikatakan bahwa teknologi mobile yang memberikan perubahan komunikasi menjadi suatu dialog interaktif. Tujuan dari media social ini sendiri adalah untuk menggunakan interaksi social serta membuat atau menciptakan nilai baik untuk individu ataupun kelompok.

#### 1.4.2 Gaya Hidup

David Chaney menyatakan bahwa gaya hidup ialah sebuah bagian dari cara seseorang dalam menyatakan ekspresi dirinya. Pada gagasan mengenai gaya hidup masyarakat modern ini digambarkan mengenai tindakan diri maupun tindakan yang diambil oleh orang lain, yang menjadikan gaya hidup sebuah ciri dari masyarakat yang modern atau biasa dikatakan sebagai modernitas. Terdapat kaitan antara status sosial, image, dan gaya hidup yang disandang oleh seseorang. Guna merefleksikan image, diperlukan elemen-elemen status tertentu yang sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku (Prasetya, 2017).

David Chaney dalam (Aminah, 2012), berpendapat bahwasanya gaya hidup dapat diartikan sebagai beberapa pola tindakan yang menjadi pembeda antara individu dengan individu lainnya. Gaya hidup menjadi sebuah perangkat sikap dan praktik pada konteks tertentu dalam keseharian hidup individu yang berkaitan dengan simbolik atau nilai sosial, singkatnya gaya hidup merupakan cara individu mempermainkan identitasnya. Hal ini membentuk gaya hidup yang terbagi atas dua, yakni secara psikografis dan demografis. Pada faktor demografis terdapat pembagian lagi berdasarkan tingkatan pendidikan, usia, tingkatan penghasilan, dan jenis kelamin. Sedangkan faktor psikografis lebih kompleks karena indikator penyusunnya dari karakteristik konsumen. Menurut Philip Kotler dalam (Aminah,



2012) juga mengklarifikasi gaya hidup sekaligus dengan faktor demografis adalah sebagai berikut: (1) Kegiatan / *ctive*, (2) Minat / *interest*, (3) Pendapat / *opinions*, dan (4) Demografi.

Dalam hal ini gaya hidup sangat berkaitan erat dengan apa yang dikonsumsi masyarakat melihat latar belakang yang dimiliki seseorang akan berpengaruh dalam pengambilan keputusan begitu juga dengan gaya hidup yang dipilih.

#### 1.4.3 Media Sebagai Konstruksi Realitas

Struktur sosial bersifat preskriptif: mereka menentukan cara "melakukan sesuatu". Karena preskriptif mereka sifatnya, strukturasi dapat digambarkan sebagai proses pemasangan logika dalam masyarakat. Logika adalah seperangkat prinsip yang membuatnya logis untuk mengatur hal-hal berulang kali dan sistematis dengan cara tertentu (Abeele, et al., 2018). Mirip dengan bagaimana kategori sosial seperti gender mewakili struktur sosial, kita dapat menemukan struktur sosial di teknologi. Struktur ini secara refleks membentuk masyarakat pada tingkat mikro dengan mengubah proses dan rutinitas di kehidupan sehari-hari, dan pada tingkat makro dengan mendukung social perubahan dan dengan demikian mengubah tatanan kelembagaan. Pandangan interaksionis simbolik ini mengenai interaksi antara teknologi media dan masyarakat telah ditangkap dalam konsep logika media. Konsep ini berhasil diterapkan untuk memahami implikasi sosial, misalnya media sosial dan digital berita (Altheide, 2013).

Berger dan Luckman menjelaskan bahwa teori konstruksi sosial bermula dari realitas sosial dengan memisahkan pemahaman antara kenyataan dan pengetahuan. Realitas dimaknai sebagai kualitas yang terdapat dalam realitas yang diakui memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan merupakan kepastian bahwa realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. (Santoso, 2016). Paradigma konstruktivis melihat bahwa realitas kehidupan bukanlah realitas yang natural, namun merupakan hasil konstruksi (Mayasari, 2017).

Berger dan Luckman juga menambahkan bahwa terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses ini melalui tiga tahap dimulai dari eksternalisasi, penyesuaian diri dengan dunia sosio kultural sebagai produk manusia. Kemudian objektifikasi, yakni interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. Terakhir yaitu

internalisasi atau proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan Lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya (Santoso, 2016)

Teori konstruksi sosial ini memberikan penjelasan mengenai individu (komunitas motor Lunatic) dalam memahami pengetahuan dan pengalamannya dalam melaksanakan aktivitasnya di Instagram dan membangun model dunia sosialnya dengan individu lainnya.

## **2. METODE**

Peneliti memilih menggunakan metode deskriptif kualitatif karena penelitian yang akan dilakukan menampilkan pernyataan-pernyataan yang bersifat subjektif (Kriyantono, 2014), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah. Menurut (Hardani et al., 2020), teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan 4 cara, yaitu wawancara (interview), observasi (pengamatan), dokumentasi, dan gabungan/triangulasi. Pada penelitian ini, sumber data primer didapatkan melalui wawancara dengan anggota komunitas dan observasi melalui instagram komunitas, sedangkan data sekunder didapatkan dari dokumentasi.

Dalam menentukan informan maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini akan langsung mendatangi dan melakukan wawancara kepada tiga narasumber yaitu ketua komunitas, admin, dan member. Dalam penelitian ini menggunakan subjek yaitu gaya hidup komunitas klub motor lunatic. Adapun objek dalam penelitian ini yaitu seluruh member komunitas club lunatic. Konsentrasi analisis pada penelitian ini yaitu menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme merupakan anggapan seseorang yang berbeda dengan anggapan orang lain mengenai hal tertentu. Paradigma ini menunjukkan bahwa pendapat seseorang dengan orang lain berbeda mengenai komunikasi interpersonal yang terjadi.

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau yang pertama. Data tidak tersedia dalam bentuk file, data harus dicari melalui narasumber, orang yang dijadikan sebagai objek penelitian. Data Primer terdiri dari Wawancara secara mendalam (*In-depth Interview*) dan Observasi. *In-depth Interview* adalah proses memperoleh keterangan untuk

tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden, atau orang yang diwawancarai.

Penelitian ini menjadikan peneliti sebagai alat peneliti utama (*key instrument*) yang berarti peneliti melakukan penelitian secara observasi langsung dan wawancara langsung yang sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria dan pertimbangan tujuan yang telah ditetapkan oleh peneliti, karena itu pengambilan sampel tidak memperhatikan prinsip keterwakilan dari populasi (Barlian, 2016). Sampel dalam penelitian ini adalah 3 orang yang terdiri dari ketua dan anggota komunitas klub motor Lunatic serta admin Instagram @Lawunoxiousmatic. Selanjutnya data akan dianalisis dengan model Miles dan Huberman, yang terdiri dari reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan. (Hardani et al., 2020)

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yaitu:

a. Reduksi data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses meringkas, proses pemilihan hal-hal yang penting atau inti, melakukan focus pada hal-hal krusial, pencarian tema dan pencarian pola. Berdasarkan hal ini maka data yang tadinya sudah dilakukan reduksi akan memberikan atau memperlihatkan gambaran yang lebih jelas dari sebelumnya dan hal ini akan mempermudah peneliti untuk dapat melakukan pengumpulan data di proses selanjutnya dan proses pencarian data apabila diperlukan. Reduksi data menjadi sebuah bentuk analisis yang terdiri dari penajaman, penggolongan, pengarahannya dengan melakukan pembuangan bagi hal yang tidak diperlukan dan juga melakukan pengorganisasian data yang diperlukan yang sesuai dengan focus dari permasalahan dalam penelitian. (Hardani et al., 2020)

b. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi, selanjutnya peneliti melakukan penyajian data. Dalam penyajian data dapat dimaknai sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang memudahkan dalam proses penarikan kesimpulan dan pengambilan Tindakan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk

memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. (Hardani et al., 2020)

c. Penarikan kesimpulan

Data yang telah disajikan, selanjutnya dilakukan proses penarikan kesimpulan. Simpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori. (Hardani et al., 2020)

Kesimpulan yang dihasilkan pada penelitian kualitatif mungkin saja dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, tapi mungkin saja tidak karena masalah akan terus berkembang setelah penelitian berada dilapangan. Kesimpulan penelitian sebenarnya bertujuan untuk menemukan temuan baru dari sebelumnya yang belum pernah ada. Temuan yang dihasilkan bisa berupa gambaran suatu objek atau deskripsi yang mungkin sebelumnya belum jelas, kemudian menjadi jelas setelah dilakukan penelitian.

Uji validitas dalam penelitian ini adalah triangulasi, yaitu menganalisis jawaban subyek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data yang tersedia). Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. (Kriyantono, 2014). Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Jika sudah divalidasi dan tidak ada perbedaan maka selesai sudah penelitian yang dilakukan dengan hasil yang maksimal.

Validitas data merupakan proses untuk memastikan data yang telah dianalisis sudah bersih dan memastikan kualitas data yang didapatkan dan diolah sudah benar dan sesuai dengan apa yang diinginkan peneliti. Staregi yang dapat dilakukan untuk memvaliditas data yang terkumpul yaitu Triangulasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Triangulasi Sumber Data. Triangulasi Sumber Data dapat diartikan sebagai cara untuk mencari tahu atau untuk menggali sebuah fakta atau kebenaran dari sebuah informasi tertentu dengan

memanfaatkan berbagai macam metode dan berbagai macam sumber untuk memperoleh data.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Hasil Penelitian**

##### **3.1.1 Gaya Hidup Komunitas Lunatic di Media Sosial**

Lunatic (Lawu Noxious Matic) merupakan suatu komunitas motor resmi yang dibentuk untuk pengendara motor *matic* pada 27 Februari 2021. Gaya hidup komunitas motor Lunatic lebih berorientasi pada kebebasan ekspresi, gaya hidup komunitas motor *matic* ditampilkan melalui penampilan para *rider* (pengendara), seperti cara berpakaian, gaya rambut, gaya berbicara, dan kebiasaan yang tampak pada para *rider matic* serta model motor *matic* yang mereka tunggangi. Hal ini dijadikan sebagai identitas komunitas yang menjadi ciri khas dan pembeda dengan komunitas motor lainnya. Dalam hal ini gaya hidup sangat berkaitan dengan ilmu komunikasi. Yaitu melalui penyampaian apa yang dikonsumsi masyarakat melihat latar belakang seseorang akan berpengaruh dalam pengambilan keputusan begitu juga dengan penilaian mereka. Hal ini bisa disebutkan bahwa ilmu komunikasi adalah sarana sebagai cara penyampaian kepada masyarakat.

Adapun bentuk penilaian observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui akun media sosial Instagram @LawuNoxiousMatic sebagai berikut : yang pertama, Cara berpakaian berdasarkan hasil wawancara di ketahui setiap anggota klub lunatic memiliki gaya berpakaian yang sedang tren di masanya saat ini. Gaya berpakaian saat ini merupakan hal yang menjadi penunjang kehidupan seseorang terutama sebagai anggota klub motor lunatic. Para anggota klub lunatic akan memilih barang yang bermerek yang mudah di kenali dan diidentifikasi oleh umum, seperti jam tangan *apple watch*, *iphone* tas *rown division*, pakaian berupa kaos *klub*, *3second*, *Greenlight* hingga sepatu *Vans*, *Nike*, *Convers*. Kedua, Modifikasi motor Berdasarkan hasil wawancara di ketahui setiap motor anggota klub lunatic memiliki gaya modifikasi yang berbeda-beda. Mulai dari lampu yang diganti dengan stoplamp variasi. Knalpot yang diganti dengan suara yang sedikit nyaring agar kelihatan keren, aksesoris spare part yang ori seperti *Ktc*, *Ohlins*, *Rcb* untuk meningkatkan level spare part yang mahal dan bagus.

Selain itu ada beberapa kegiatan gaya hidup klub motor lunatic(lawunoxsiousnatic) di media sosial yang ditujukan kepada masyarakat antara lain: Pertama, Kegiatan organisasi, berdasarkan hasil wawancara di ketahui setiap sebulan 2 kali diadakan perkumpulan anggota klub motor lunatic pada malam hari di tempat dan waktu yang sudah di tentukan. Dalam perkumpulan tersebut anggota klub tersebut bertujuan untuk mempererat rasa kekeluargaan dalam sebuah komunitas, dan bisa saling sharing antar anggota untuk kelancaran klub lunatic kedepannya. Kedua, *Touring* (perjalanan), berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan kegiatan touring yang di lakukan anggota lunatic adalah hal yang menyenangkan walaupun memiliki risiko yang cukup besar besar, karena melakukan perjalanan ke luar kota. Maka dari itu kegiatan touring ini mewajibkan setiap anggota harus safety riding entah dari kesehatan setiap anggotan harus fit dan juga motor yang akan di gunakan touring dalam keadaan baik. Ketiga, Kegiatan sosial berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosial yang pernah di lakukan oleh anggota klub motor lunatic yaitu mengadakan bagi-bagi takjil di setiap bulan Ramadhan. Kegiatan tersebut dalam sebulan bisa sampai 3 kali dengan cara setiap anggota diwajibkan iuran per anak 20.000 setelah uang terkumpul semua anggota mengadakan musyawarah untuk di koordinasikan lagi akan membagikan takjil dalam bentuk snack atau nasi. Dan dibagikan di titik-titik tempat yang sudah di tentukan. Keempat. Menghadiri Event selain kegiatan diatas, event-event yang di hadiri oleh anggota klub lunatic antara lain: acara ulang tahun klub motor lain yang ada di Kota Karanganyar yaitu tim LAMO dan TEAM BLITZ. Selain itu klub motor lunatic sering juga mengadakan event sunmori gabungan sama tim lain.

*“..Strategi yang digunakan yaitu sering-sering memposting kegiatan yang sedang dilakukan agar masyarakat tertarik pada komunitas. alurnya yaitu Pertama, admin memberitahu kepada member untuk mengadakan perkumpulan di suatu tempat. Kedua, rekan-rekan lunatic mengadakan suatu acara yang mengikutsertakan masyarat setempat. Lalu memposting semua kegiatan yang telah di lakukan agar lebih menarik. konten tersebut diedit terlebih dahulu lalu **di posting di media sosial Lunatic**” (Narasumber 3)*

Gaya hidup merupakan ciri atau sebuah identitas suatu seseorang atau komunitas. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran, kelas sosial, demografi, dan variabel lain. Hal tersebut bermaksud bahwasannya siapa saja individu yang terlibat dalam masyarakat akan memanfaatkan gagasan mengenai gaya hidup guna menggambarkan

perilakunya sendiri maupun perilaku individu lain. Gaya hidup ialah beberapa pola perilaku yang menjadi pembeda antara satu individu dengan individu lain. Pada interaksi sehari-hari, dapat dilakukan penerapan mengenai suatu gagasan akan gaya hidup tanpa harus memberi penjelasan mengenai apa yang dimaksud dan hal ini akan menciptakan tantangan yang bisa menimbulkan kesulitan dalam mendeskripsikan secara umum akan hal-hal yang berkaitan dengan gaya hidup. (Handoyo, 2014)

*“...Gaya hidup itu maksudnya gaya anak motor sekarang itu lebih mementingkan **aksesoris bagian motor dan perlengkapan rider** yang memiliki kuantitas dan kualitas tinggi. Tinggi maksudnya secara nafsu ingin melebihi saingan dengan orang lain, dengan cara mengupgrade pakaian, aksesoris motor yang membuat kita **mengeluarkan uang lebih banyak**” (Narasumber 1)*

Islamy dkk (2021) mengungkapkan bahwa gaya hidup merupakan suatu pola dalam kehidupan, artinya gaya hidup ini tidak dapat terpisahkan harga diri, konsep diri, sikap, dan hubungan interpersonal anggota yang ditandai dengan identitas bersama.

*“...Untuk aturan yang ada di komunitas motor LUNATIC, menurut saya itu sudah sesuai standard untuk sebuah komunitas motor, mulai dari pertemuan sesama anggota (Kopdar) yang dilaksanakan sebulan 2 kali, kas bulanan yang berjumlah Rp5.000, dan lain sebagainya, hal itu merupakan peraturan yang dilaksanakan oleh seluruh anggota komunitas motor LUNATIC. Menurut saya itu tidak membenani saya, karena aturan tersebut terbilang normal untuk anggota disebuah komunitas motor” (Narasumber 2)*

Gaya hidup tersebut dipilih karena komunitas ingin terlihat menarik di mata masyarakat. Seperti berbelanja *outfit* mahal dan bagus, membeli *sparepart* original sehingga mampu menarik perhatian masyarakat dan membuat masyarakat berminat juga untuk bergabung dengan Lunatic.

*“...Kita seperti ini dikarenakan ingin membuat masyarakat punya ketertarikan minat agar masuk join ke klub motor lunatic. Selain itu agar klub motor lunatic ini di akui oleh team lain agar lunatic adalah team yang baik dan layak di karanganyar...” (Narasumber 1)*

Tujuan untuk mendapatkan pengakuan orang lain ini menurut Buana & Tobing (2019) merupakan tujuan eksternal atau sesuatu dapat penilaian dari orang luar. Dalam penelitiannya, Buana & Tobing (2019) menemukan bahwa salah satu motif pada penerima beasiswa Bidikmisi Universitas Udayana mengikuti gaya hidup seperti itu untuk

mendapatkan pengakuan dari orang lain. Dengan gaya hidup tersebut, subjek tersebut berharap agar individu lain tertarik untuk menggunakan jasa subjek yang berkaitan dengan karier yang akan diambil kemudian hari. Lesmana & Santoso (2019) menambahkan bahwa hal tersebut dilakukan karena individu memiliki harga diri yang rendah.

### **3.2 Pembahasan**

Berdasarkan data yang telah diperoleh di lapangan melalui observasi dan proses wawancara dengan beberapa informan, menjelaskan bahwa gaya hidup membantu memahami apa yang orang lakukan, mengapa mereka melakukannya, dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain. Gaya hidup adalah suatu hal yang menggambarkan dari keseluruhan hidup dari seseorang yang menganutnya dengan cara berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Gaya hidup ini merupakan sebuah pola terstruktur mengenai sebuah kegiatan seseorang minat ia terhadap sesuatu hal dan bagaimana opini dia dalam membelanjakan uang atau membagi waktunya untuk beberapa kegiatan yang ia miliki. Gaya hidup juga biasanya dihubungkan dengan interaksi sosial yang ada karena gaya hidup yang sama cenderung membuat seseorang berkelompok. Gaya hidup ini juga sebagai salah satu cara seseorang untuk menjalani hidupnya seperti melakukan aktivitas tertentu bersikap dan mengkonsumsi sesuatu ataupun membuat suatu harapan. Setiap orang memiliki gaya hidupnya sendiri. Lingkungan sekitar juga dapat menilai gaya hidup seseorang dari tampilan luar atau aktivitas yang ia lakukan (Nurul,2020).

Pada intinya setiap orang memiliki nilai dalam hidupnya secara sadar ataupun tidak sadar akan bergerak pada pilihannya yang dianggap tepat bagi hidupnya. Dapat dikatakan bahwa nilai-nilai merupakan sesuatu yang dipikirkan dilakukan dan dirasakan oleh seorang individu. Secara personal nilai merupakan hal yang penting bermakna berharga dan sangat membahagiakan. Nilai personal merupakan sebuah penilaian dalam diri seseorang yang paling menonjol dan membuat seseorang mengarahkan sesuatu hal identik di kehidupannya. Nilai personal merupakan nilai yang akan selalu berinteraksi dengan sesama orang yang memiliki nilai tersebut seperti contohnya komunitas motor. Ada sebuah sistem yang membuat nilai ini menjadi tergabung dalam komunitas yang sama dan menghasilkan sebuah karakter unik di setiap anggota yang mengikuti komunitas tersebut. Sebuah komunitas tentunya memiliki nilai yang unik berupa nilai budaya dan gaya hidup yang mempunyai ciri



khass tertentu untuk menunjukkan identitas mereka pada masyarakat (Santoso, 2019).

Karena adanya perkembangan zaman sebuah komunitas motor bukan hanya sebagai komunitas alat transportasi biasa yang mengantarkan seseorang ke tempat tujuannya melainkan menjadi sebuah komunitas berbasis gaya hidup bagi sebagian masyarakat. Bentuk gaya hidup yang mereka anut tentunya mempunyai tujuan, nilai tanda yang absurd ataupun *sign value* yang ditunjukkan kepada lingkungan sekitar mereka. Beberapa nilai yang ada di komunitas motor lunatic adalah sebuah pola pikir yang berlandaskan akan suatu kebebasan berkespresi seperti cara berpakaian, melakukan suatu hal, bersosialisasi dengan banyak orang hingga gaya bertransportasi. Komunitas ini sangat menjunjung tinggi perdamaian. Namun orang atau masyarakat awam biasanya beranggapan bahwa komunitas atau geng motor itu adalah komunitas yang memberikan dampak negatif. Komunitas geng motor gini menunjukkan eksistensi mereka dengan cara melakukan sosialisasi agar semua masyarakat yang biasanya mempunyai stigma negatif terhadap komunitas ini. Mereka akan mensosialisasikan kepada masyarakat agar mereka mengerti bahwa komunitas motor bukanlah perkumpulan yang meresahkan masyarakat seperti biasanya. Melalui kegiatan yang bermakna bagi masyarakat dan bermanfaat bagi lingkungan sekitar maka komunitas ini hadir dalam memberikan budaya baru yang memiliki wujud sosial ataupun memberikan sebuah karakteristik nilai-nilai dan norma kehidupan yang ada di kehidupan sosial masyarakat dan bertujuan untuk meningkatkan daya tarik masyarakat untuk bergabung dengan klub motor ini @Lawunoxsiousmatic.

Di kota Karanganyar terdapat beberapa geng motor dengan berbagai jenis dan merek tertentu. Salah satunya adalah komunitas klub motor lunatik yang memiliki gaya tersendiri dalam menjalankan komunitas motor nya seperti memiliki karakter yang unik untuk setiap anggota dan memiliki ciri khas. Simbol-simbol saat menjadi anggota menjadi ciri khas tersendiri dimana anggota dapat beradaptasi dan bisa menempatkan komunitas motor ini sebagai rumah kedua mereka. Adapun simbol yang dimaksud adalah segala sifat positif yang dituangkan di dalam komunitas motor ini dan dapat melukiskan sebagai penjelajah motor dan dapat juga memperluas sosialisasi para anggotanya baik dalam maupun luar daerah, bisa berwisata bersama dan menjalin silaturahmi baik siang maupun malam. Adanya silaturahmi

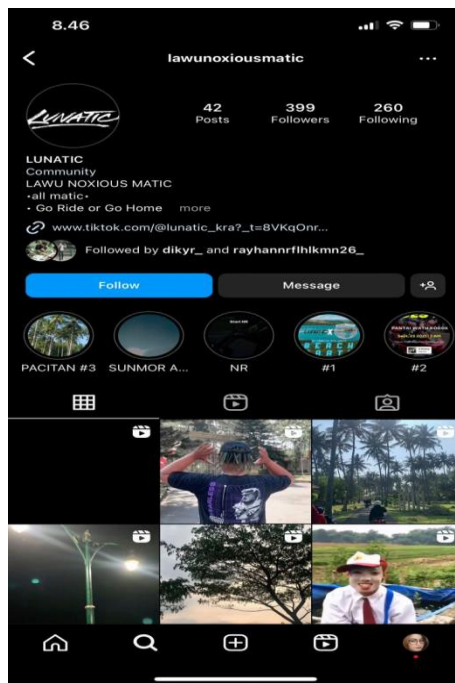
yang kuat diantara sesama komunitas motor dimana pun berada dan dapat menggambarkan ciri khas identik wilayah mereka masing masing serta tetap menjaga persatuan kesatuan setiap anggota dan tertib menjalankan peraturan lalin. Setiap anggota yang bergabung di komunitas klub motor ini akan selalu menjaga nama baik komunitasnya. Berdasarkan gaya hidup yang terlihat dari keseharian para anggota klub ini terlihat bahwa mereka menjadi anggota resmi yang baik dan mengalami perubahan cukup signifikan ke arah yang lebih positif baik dari segi berpakaian berkendara ataupun bersosialisasi dengan para lingkungannya dibandingkan sebelum menjadi anggota komunitas ini.



Gambar 1. Style pakaian anak motor



Gambar 2. Cara Berkendara anak motor



Gambar 3. Bio akun Instagram LUNATIC

#### **4. PENUTUP**

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai gaya hidup seseorang yang berada di komunitas klub motor di kota Karanganyar, maka penulis menyimpulkan bahwa gaya hidup suatu kelompok orang bisa menjadi suatu identitas yang kuat terhadap suatu individu. Semua kelompok akan mempunyai ciri khas masing-masing ataupun gaya hidup yang unik yang ditampilkan ke khalayak ramai. Hal ini tentunya menjadi identitas suatu kelompok ataupun menjadi simbol kuat yang akan dikenal banyak orang. Suatu gaya hidup sering dikenal sebagai suatu gambaran kegiatan berupa persamaan minat ataupun persamaan opini dari seseorang dengan lingkungannya dan menjadikan mereka bergabung dalam suatu komunitas. Gaya hidup seorang individu biasanya akan selalu berubah dan tidak bersifat permanen. Seseorang biasanya dengan cepat mengganti gaya hidup mereka ataupun mengganti model dan merk sesuatu yang ia gunakan karena adanya perubahan minat dalam hidupnya. Sama seperti contohnya gaya hidup komunitas motor yang saat ini sedang marak berada di lingkungan sekitar kita merupakan suatu gaya hidup yang bukan lagi menjadikan motor sebagai kendaraan biasa melainkan menjadikan motor sebagai tunjangan gaya hidup berbagai kalangan. Hampir semua merk motor yang ada di Indonesia dan beradar di kalangan masyarakat menjadi sebuah komunitas motor berdasarkan merk dan minatnya masing-masing.

Selain adanya gaya hidup yang ditampilkan oleh komunitas klub motor lunatik ini, tentu saja komunitas motor ini tidak terlepas dari pandangan negatif masyarakat ataupun pandangan positif yang komunitas ini terima dari lingkungan sekitar mereka karena berbagai faktor akan adanya keberadaan mereka di tengah masyarakat. Adanya berbagai respon respon dari berbagai kalangan biasanya terjadi karena adanya kesalahan kesalahan yang sering mereka lakukan kepada masyarakat. Adanya beberapa perilaku yang dianggap melenceng dari norma masyarakat dan mempunyai ciri khas yang buruk di mata masyarakat. Karena Indonesia mempunyai norma yang kuat, ketika norma itu dilanggar maka masyarakat akan membentuk pola pikir yang negatif akan suatu individu atau Suatu kelompok karena ada terjadinya ketimpangan. Komunitas kok motor lunatik ini memiliki sebuah pemikiran yang cukup berbeda dengan masyarakat sekitarnya seperti adanya cara berpakaian cara bersosialisasi dan cara membuat ekspresikan kebebasan mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abeele, M. V., De Wolf, R., & Ling, R. (2018). Mobile media and social space: How anytime, anyplace connectivity structures everyday life. *Media and Communication*, 6(2), 5-14.
- Albert, S., Flournoy, D., & LeBrasseur, R. (2010). The Network Society. In *Networked Communities*. <https://doi.org/10.4018/978-1-59904-771-3.ch001>
- Al-Rahmi, W. M., Alias, N., Othman, M. S., Marin, V. I., & Tur, G. (2018). A model of factors affecting learning performance through the use of social media in Malaysian higher education. *Computers & Education*, 121, 59-72.
- Altheide, D. L. (2013). Media logic, social control, and fear. *Communication Theory*, 23(3), 223–238.
- Aminah, F. N. (2012). *Gaya Hidup Remaja Balapan Liar*. Universitas Riau.
- Apri Sandi.(2022). *Gaya hidup komunitas sepeda motor di kota ternate dan persepsi masyarakat terhadap komunitas mereka*
- Anbiya, L. S., Komunikasi, P. I., Komunikasi, F., Informatika, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2021). *Konstruksi identitas komunitas hijabers kelas menengah solo dalam media sosial instagram*.
- Barlian, E. (2016). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. Sukabina Press.
- Buana, Y. E. P. A., & Tobing, D. H. (2019). Motivasi mahasiswa penerima beasiswa BIDIKMISI Universitas Udayana mengikuti gaya hidup hedonisme. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(02), 221. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i02.p01>
- Chrisman, R. (2008). Globalization and the media industry. *The Black Scholar*, 38(2-3), 14-16.
- Fallefi, M. R., Ridha Siregar, M., Manajemen, M. J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Syiah Kuala, U., & Dosen, ). (2018). Pengaruh Nilai Utilitarian Dan Nilai Hedonis Terhadap Perpindahan Merek Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Pemoderasi (Studi Kasus Perpindahan Merek Dari Smartphone Lain Ke Iphone Pada Mahasiswa Di Lingkungan Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(3), 143–154.
- Firmansyah, R., & Handoyo, P. (2014). Gaya Hidup Komunitas Motor Jupiter Di Surabaya. *Paradigma*, 2(1), 1–9.
- Hajar, I. (2018). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar. *Jurnal Al-Kitabah*, 5(2), 95–109.

- Hardani, H., Medica, P., Husada, F., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., & Fardani, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue April).
- Islamy, R. Y. S. N., Yuniwati, E. S., & Abdullah, A. (2021). Perilaku hedonis pada masa dewasa awal. *Seminar Nasional Dan Call for Paper Mahasiswa (Senacam) 2021*, (April), 179–190.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Prenadamedia.
- Kurnia, N. (2005). *dan Media Baru : Implikasi terhadap Teori Komunikasi*. 56, 291–296.
- Lesmana, T., & Santoso, R. (2019). Karakteristik Kepribadian, Harga Diri dan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa Konsumen Starbucks. *Jurnal Ilmu Perilaku*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.25077/jip.3.1.59-71.2019>
- Mayasari, S. (2017). *Konstruksi Media Terhadap Berita Kasus Penistaan Agama Oleh Basuki Tjahaja Purnama ( Ahok ) : Analisis Framing Pada Surat Kabar Kompas dan Republik*. VIII(September), 8–18.
- Mc Quail, D. (2001). *Media Performance : Mass Communication and the Public Interest*. Sage Publication.
- Nurbaity, F., Bungin, B., & Satvika Dewi, A. A. A. I. P. (2016). *Persepsi Anggota Club Motor Terhadap Gaya Hidup Komunitas Di Surabaya*.
- Omar, B. (2017). Online news production, consumption and immediacy: The remediation perspective. *Malaysian Journal of Communication*, 33(3), 250-266.
- Prasetya, A. (2017). *HOBİ SEBAGAI REPRESENTASI GAYA HIDUP*. Institut seni Indonesia Yogyakarta.
- Santoso, P. (2016). KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA. *Al-Balagh*, 1, 30–48.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. Ninth edition. USA: Cengage Learning
- Naninda, T., & Edy Purwo, S. (2022). *Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja SMK Negeri 1 Klaten (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Nurul safura azizah.(2020).*Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup pada perilaku keuangan pada generasi milenial*
- McCarthy, J., Rowley, J., & Keegan, B. J. (2022). *Social media marketing strategy in English football clubs*. *Soccer & Society*, 23(4-5), 513-528.
- Sandi, A., Madjid, A., Rahman, S. A., & Sosial, P. A. (2022). *GAYA HIDUP KOMUNITAS SEPEDA MOTOR DI KOTA TERNATE DAN PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KOMUNITAS MEREKA: Vol. IX* (Issue 1).