



Analisis Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Fenomena Modifikasi Motor Menurut Perspektif Jean Baudrillard

Analysis of Teenagers' Consumptive Behavior in the Phenomenon of Motorcycle Modification According to Jean Baudrillard's Perspective

Robby Dwi Widiyanto¹, Yoga Septa Nurivandi², Muhamad Feri Herdiansyah³

^{1 2 3} Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Jember, Indonesia

Corresponding Author: robby.dwi297@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena konsumsi modifikasi motor di Indonesia melalui perspektif teori nilai tanda dari Jean Baudrillard. Modifikasi motor tidak hanya dilihat sebagai upaya meningkatkan performa atau estetika, tetapi juga sebagai ekspresi identitas dan status sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi dengan Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara, dan studi kepustakaan terhadap pemilik motor yang telah memodifikasi kendaraan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modifikasi motor berfungsi sebagai simbol yang merepresentasikan identitas dan status sosial individu. Penggunaan aksesoris dan perubahan estetika pada motor menjadi tanda yang menunjukkan eksistensi dalam komunitas tertentu dan afiliasi dengan subkultur otomotif. Selain itu, temuan ini mengungkap bahwa konsumen memodifikasi motor mereka tidak hanya untuk kepuasan pribadi, tetapi juga untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan sosial mereka. Modifikasi motor menciptakan nilai tanda yang signifikan, di mana elemen-elemen modifikasi berfungsi sebagai kode yang dapat diinterpretasikan oleh anggota komunitas otomotif. Implikasi dari penelitian ini mencakup pemahaman lebih dalam tentang bagaimana konsumen menggunakan modifikasi sebagai alat komunikasi simbolik dalam masyarakat. Produsen dan penyedia jasa modifikasi dapat memanfaatkan pemahaman ini untuk mengembangkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan simbolik konsumen. Selain itu, penelitian ini menyarankan pentingnya pendekatan budaya dalam analisis perilaku konsumen untuk memahami dinamika yang lebih kompleks dari konsumsi modifikasi motor.

Kata Kunci: Modifikasi motor, masyarakat konsumsi, konsumerisme, nilai tanda, remaja konsumtif

ABSTRACT

This research aims to analyze the phenomenon of motorbike modification consumption in Indonesia through the perspective of Jean Baudrillard's sign value theory. Motorcycle modification is not only seen as an effort to improve performance or aesthetics, but also as an expression of identity and social status. This research uses a qualitative method with an ethnographic approach with data collection techniques used, namely observation, interviews and literature study of motorbike owners who have modified their vehicles. The research results show that motorbike modifications function as symbols that represent an individual's identity and social status. The use of accessories and

aesthetic changes to motorbikes become signs that indicate existence in a particular community and affiliation with automotive subcultures. In addition, these findings reveal that consumers modify their motorbikes not only for personal satisfaction, but also to gain recognition and appreciation from their social environment. Motorcycle modifications create significant sign value, where modified elements function as codes that can be interpreted by members of the automotive community. The implications of this research include a deeper understanding of how consumers use modification as a symbolic communication tool in society. Manufacturers and modification service providers can leverage this understanding to develop products and services that better meet consumers' symbolic needs. In addition, this research suggests the importance of a cultural approach in the analysis of consumer behavior to understand the more complex dynamics of motorbike modification consumption.

Keywords: *Motorbike modifications, consumption society, consumerism, sign values, consumerist teenagers*

PENDAHULUAN

Pada masa kontemporer saat ini teknologi berkembang sangat pesat. Proses globalisasi merebak ke seluruh penjuru dunia. Adanya teknologi memberikan perubahan yang signifikan pada manusia. Hal ini mempengaruhi gaya hidup manusia yang dimana saat ini manusia hidup sangat dekat dan bergantung pada teknologi. Akan tetapi jika ditelisik lebih jauh lagi, pesatnya kemajuan teknologi ini tidak selalu memberikan dampak positif bagi penggunanya. Dampak negatif yang dihasilkan dari majunya teknologi yaitu ketergantungan yang nantinya berbuntut pada timbulnya kebiasaan konsumtif, kebiasaan malas, dan juga berdampak pada aspek sosial manusia tersebut. Dampak negatif yang ditimbulkan dari kemajuan teknologi tadi dapat menciptakan budaya konsumtif.

Tindakan konsumsi merupakan kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan KBBI, konsumsi adalah pemakaian barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya). Pada awalnya, manusia dalam melakukan kegiatan konsumsi, didasarkan terhadap nilai guna (*use value*), dalam konteks ini bisa dicontohkan dalam bentuk kegiatan "barter" pada zaman dahulu. Seiring berjalannya waktu ketika sebuah kertas memiliki nilai seperti uang, kegiatan konsumsi bergeser dari yang awalnya berdasarkan nilai guna menjadi berdasarkan nilai tukar (*exchange value*), dalam konteks ini bisa kita lihat di kehidupan sehari-hari seperti transaksi jual-beli dimana suatu barang ditukar dengan sebuah kertas yang memiliki nilai berupa uang tersebut. Lalu pada masa kontemporer saat ini, tidak hanya nilai guna dan nilai tukar saja yang menjadi acuan manusia mengkonsumsi suatu barang, tetapi bergeser lagi kepada nilai tanda (*sign value*). Menurut Baudrillard (2018), dalam logika tanda seperti dalam logika simbol-simbol, objek-objek tidak lagi dihubungkan dengan fungsi atau dengan kebutuhan yang nyata. Berdasarkan kutipan tersebut, manusia kontemporer saat ini dalam kegiatan konsumsinya tidak lagi mengacu pada kebutuhan atau fungsi dari barang yang dikonsumsi. Menurut Baudrillard dalam Aromdoni (2023), benda-benda yang dikonsumsi oleh masyarakat postmodern bukan lagi benda murni yang memiliki nilai guna atau nilai tukar, melainkan benda yang memiliki nilai tanda dan hanya untuk sekedar gaya hidup. Menurut Purwanti (2022), Konsumsi saat ini telah menjadi tanda dan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa tidak lagi berdasarkan penggunaan, tetapi lebih menekankan pada tanda dan simbol yang melekat pada barang dan jasa itu sendiri. Maka

secara tidak langsung, eksistensi dari seseorang tergantung pada apa yang ia konsumsi.

Pada dasarnya sepeda motor termasuk pada kebutuhan sekunder manusia. Menurut KBBI, sepeda adalah kendaraan beroda dua atau tiga; mempunyai setang; tempat duduk; dan sepasang pengayuh yang digerakkan kaki untuk menjalankannya, sedangkan motor adalah mesin yang menjadi tenaga penggerak. Jadi sepeda motor adalah kendaraan beroda dua atau tiga yang digerakkan oleh tenaga mesin. Di zaman sekarang sepeda motor nampaknya telah bergeser yang sebelumnya merupakan kebutuhan sekunder menjadi kebutuhan primer manusia. Hampir semua orang mempunyai kendaraan sepeda motor. Pada dasarnya, substansi kegunaan sepeda motor adalah untuk memudahkan mobilitas manusia dari satu tempat ke tempat yang lain. Namun, di era modern seperti sekarang ini, sepeda motor tidak hanya dipergunakan untuk hal tersebut, nampaknya sepeda motor dapat dilihat sebagai objek dalam menentukan status sosial manusia itu sendiri.

Dalam tulisan ini kami tertarik untuk meneliti sekumpulan remaja yang memodifikasi motornya di salah satu bengkel motor wilayah Kecamatan Gending, Kabupaten Probolinggo. Menurut Gaol dan Abidin (2024), modifikasi melibatkan perubahan pada kendaraan, baik itu sebagian maupun perubahan total, dengan mengubah baik mesin maupun bagian fisiknya, atau dengan menambahkan aksesoris yang berbeda dari komponen standar kendaraan, dengan tujuan membuat kendaraan terlihat berbeda dari tampilan aslinya, dalam konteks khusus modifikasi merupakan usaha untuk menciptakan, mempersembahkan, atau menampilkan sesuatu yang baru, unik, dan menarik. Menggunakan aksesoris yang malah atau memodifikasi mesin menjadi lebih cepat secara tidak langsung membuat pemilik kendaraan tersebut bangga. Hal ini karena kendaraan atau motor yang dimilikinya mempunyai keunikan atau hal baru dibandingkan kendaraan motor lainnya yang masih *standard*. Apabila diteliti lagi lebih jauh, kegiatan modifikasi motor dapat menunjang status sosial seseorang. Meskipun tidak oleh seluruh kalangan, setidaknya eksistensi orang tersebut dapat terbentuk.

Berdasarkan uraian di atas apabila dihubungkan dengan topik penelitian, kegiatan modifikasi motor merupakan salah satu kegiatan konsumsi. Namun, kegiatan modifikasi motor seringkali tidak merujuk pada pemenuhan kebutuhan yang krusial. Kegiatan

ini dilakukan semata-mata hanya untuk memenuhi hasrat mereka dan supaya dapat menjadi lebih dari orang lain. Contohnya remaja-remaja ini memodifikasi mesin motor mereka agar lebih cepat dari motor orang lain atau menambahkan aksesoris pada motor mereka agar terlihat lebih bagus atau unik dari yang lain, namun hal ini dilakukan tidak diperuntukkan kompetisi seperti kejuaraan *Drag Race* atau untuk kontes kejuaraan modifikasi. Hal ini dilakukan hanya untuk menunjukkan eksistensi diri mereka dan memberikan simbol kepada orang lain bahwa ia lebih baik daripada yang lain.

Kejadian di lapangan yang kami temukan, ternyata banyak juga remaja-remaja ini yang masih duduk di bangku sekolah yang dimana notabene mereka masih belum mempunyai pekerjaan dan penghasilan. Pada akhirnya para remaja ini menempuh jalan instan seperti menggunakan fitur *paylater* atau pinjol (pinjaman online). Sari (2020) menyatakan, *paylater* merupakan sebuah alternatif metode pembayaran yang mengadopsi sistem cicilan secara online tanpa memerlukan kartu kredit. Fitur ini menjadi sarana pendukung bagi para remaja yang masih di bangku sekolah dan masih belum mempunyai penghasilan untuk membeli sesuatu. Kemudahan yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi seperti ini mendukung manusia untuk bersikap konsumtif. Mereka dapat lebih mudah memenuhi hasrat dan keinginannya dengan memanfaatkan fitur *paylater*.

Sosial media juga memainkan peran yang penting dalam siklus tindakan konsumtif masyarakat. Di era globalisasi seperti saat ini, informasi sangat cepat bisa didapatkan. Media sosial merupakan sarana berbagi informasi bagi sesama manusia. Menurut Dharma dalam Yanto & Hikmah (2023), secara transisional, media sosial bertransformasi dari instrumen penghubung yang sekunder berubah menjadi melting pot bagi keseluruhan ekspresi masyarakat yang ekstensif dan tanpa batas. Dalam konteks topik penelitian ini, sosial media mempunyai peran dalam ajang mempertontonkan simbol/tanda. *Platform* media sosial seperti Tiktok, Instagram, Whatsapp dapat dianggap sebagai tempat dimana tanda atau simbol dipertontonkan. Selain di dunia nyata, ajang untuk terlihat lebih baik dari yang lain juga dapat dilihat di media sosial.

Dalam jurnal penelitian sebelumnya yang ditulis Duta & Zahid (2023) dengan judul "Standarnisasi Brand Pakaian dalam Pertemanan (Studi Kasus Mahasiswa Sosiologi Agama Tahun 2019)". Menjelaskan bahwa menurut mahasiswa

sosiologi agama, pakaian merupakan bentuk dari komunikasi yang dapat memberikan penilaian kepada orang lain. Dalam penelitian tersebut juga dijelaskan bahwa penggunaan pakaian *brand* dapat menentukan kelas sosial seseorang. Penggunaan pakaian *brand* juga memiliki dampak bahwa penggunanya akan merasa senang karena pujian atas nilai *brand* yang pakai. Adanya persepsi tersebut menimbulkan dampak negatif seperti mahasiswa menjadi lebih boros karena mengkonsumsi hal yang cenderung lebih mahal untuk menunjang status sosialnya dan mempertahankan eksistensinya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya tentu terletak pada setting lokasi penelitiannya. Selain itu pada penelitian sebelumnya membahas mengenai standarnisasi pakaian *brand* terhadap mahasiswa, sedangkan dalam penelitian ini membahas mengenai konsumsi remaja dalam konteks modifikasi motor. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis perilaku konsumtif remaja dalam konteks modifikasi motor dengan mengacu pada teori konsumerisme Jean Baudrillard. Manfaat dari penelitian ini harapannya dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya, selain itu harapannya agar pembaca mengetahui bagaimana dan apa perilaku konsumtif dalam konteks modifikasi motor, khususnya di wilayah Kecamatan Gending, Kabupaten Probolinggo.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi. Menurut Haris dalam Creswell (2015), etnografi merupakan suatu desain kualitatif yang penelitiannya mendeskripsikan dan menafsirkan pola yang sama dari nilai, perilaku, keyakinan, dan bahasa dari suatu kelompok berkebudayaan sama. Tipe penelitian yang dipilih dalam penelitian ini yaitu etnografi realis. Menurut Creswell (2015), etnografi realis adalah suatu laporan objektif tentang situasi, biasanya ditulis dalam sudut pandang pihak ketiga dan melaporkan secara objektif informasi yang dipelajari dari para partisipan di suatu tempat. Penelitian ini dilakukan di salah satu bengkel wilayah Kecamatan Gending, Kabupaten Probolinggo.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Data dikelompokkan menjadi 2 macam, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan dari hasil observasi dan

wawancara, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain seperti jurnal, artikel, atau media dari platform. Data dan informasi yang diperoleh kemudian dianalisis dan disajikan secara objektif. Langkah-langkah analisis data yang digunakan antara lain reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di masa sekarang ini, sangat mudah ditemui para pengguna sepeda motor baik itu di lingkungan desa maupun di kota. Modifikasi sepeda motor di Indonesia telah marak dilakukan oleh berbagai kalangan khususnya laki-laki. Tidak jarang orang-orang baik dari kalangan muda maupun tua yang memodifikasi motornya, baik itu memodifikasi di bagian *body* ataupun di bagian mesin sepeda motor.

Modifikasi motor memerlukan biaya yang tidak sedikit, modifikasi di bagian *body* misalnya. Berdasarkan hasil wawancara kami, saat memodifikasi *body* motor, setidaknya ada beberapa *part* yang diganti seperti cat ulang yang biasa disebut *repaint*, mengganti velg, ban, knalpot, tromol, *shock*, bahkan baut-baut. Bagian ini tentu memerlukan biaya yang tidak sedikit. Informan kami menyatakan bahwa apabila memodifikasi *body* motor, setidaknya memerlukan uang kurang lebih Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000. Selain *body* sepeda motor, modifikasi juga dilakukan terhadap mesin motor tersebut. menurut informan kami, hal-hal yang diganti apabila memodifikasi mesin antara lain, karburator, mengganti *piston*, kruk as, klep, noken as, dan lain-lain. Modifikasi bagian mesin motor ini juga memakan biaya yang cukup besar, informan kami menyatakan kurang lebih sama dengan modifikasi *body* motor yaitu sekitar Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000. Nominal ini hanya gambaran secara umum, berbeda lagi apabila aksesoris atau *sparepart* yang diganti menggunakan dengan merek terkenal seperti merek Kawahara, BRT, Enkei, Daytona, dan lain-lain, maka uang yang digelontorkan akan lebih besar. *Sparepart* terkenal yang telah disebutkan sebelumnya dapat dikatakan sebagai instrumen penunjang status sosial. Seseorang yang menggunakan *sparepart* yang mahal dan terkenal cenderung dianggap memiliki status sosial yang lebih tinggi.

Kejadian yang kami temukan di lapangan, terdapat beberapa (tidak semua) sepeda motor yang dimiliki oleh remaja-remaja ini telah dimodifikasi sedemikian rupa seperti mengganti lampu depannya

dengan menggunakan lampu *biled*. Lampu *bifunctional led* atau biasa disebut *biled* merupakan salah satu inovasi pada dunia otomotif baik itu motor ataupun mobil. Lampu *biled* mempunyai kemampuan penerangan lebih baik dan lebih fokus ketimbang lampu standar. Raharja (2024) menyatakan, secara prinsip lampu ini merupakan sistem pencahayaan mengandalkan butiran LED yang ditanamkan ke dalam satu modul proyektor. Proyektor tersebut ditempatkan di reflektor ukuran kecil namun canggih sehingga dapat memantulkan cahaya lebih baik ke lensa. Hasilnya adalah cahaya lebih fokus ke arah depan kendaraan. Berdasarkan pencarian data lewat *e-commerce*, harga lampu *biled* berada di rentang harga sekitar Rp. 900.000 – Rp. 1.300.000.



Gambar 1 : Lampu *Biled*



Gambar 2 : Pengaplikasian Lampu *Biled* pada Sepeda Motor

Saat ini penggunaan lampu *biled* sedang menjadi *trend* bagi penggemar modifikasi sepeda motor, banyak motor-motor modifikasi yang menggunakan lampu tersebut. Dari hasil wawancara kami terhadap informan, alasan penggunaan lampu *biled* semata-mata agar lampu depan menjadi lebih terang dan mempermudah penglihatan pada saat malam hari, selain itu dalam segi visual lampu *biled* dirasa

lebih bagus ketimbang menggunakan lampu standar.

Perkembangan lampu sepeda motor seperti *biled* tidak terlepas dari majunya teknologi saat ini. Platform sosial media seperti Tiktok turut menjadi peran terhadap viralnya penggunaan lampu *biled*. Terdapat beberapa postingan di platform tiktok yang menggunakan *caption* “ga pake *biled* = ga modip” yang bermakna bahwa apabila dalam kegiatan modifikasi motor masih tidak mengganti lampunya menggunakan lampu *biled*, maka masih belum dianggap motor modifikasi. Dalam fenomena ini secara tidak langsung mengkontruksi manusia bahwa apabila tidak menggunakan lampu *biled*, maka dianggap masih belum memodifikasi motornya.

Hal ini juga terjadi pada remaja-remaja yang kami teliti. Mereka yang menggunakan lampu *biled* di sepeda motornya sering menyombongkan lampu yang digunakan tersebut.



Gambar 3 : Contoh Postingan di Platform Tiktok

Dalam hasil observasi kami, terdapat salah satu remaja yang mengatakan “kapan mau mengubah lampunya? Gak bosenkah anda memakai lampu standar? Tidak ngantuk kah?” kepada salah satu temannya. Berdasarkan kejadian tersebut, secara tidak langsung pikiran para remaja ini di kontruksi untuk menganggap lampu *biled* sebagai keharusan untuk dipunyai. Fenomena di atas juga menyiratkan bahwa salah satu remaja merasa bangga dengan kepunyaan lampu *biled* dan menganggap bahwa ia lebih baik daripada temannya.

Paradigma sosial manusia telah bergeser. Apabila boleh memasukkan konsep Karl Marx, stratifikasi status sosial ditentukan oleh sarana produksi yang dikuasai, semakin besar sarana produksi yang

dikuasai maka semakin tinggi pula status sosial seseorang. Namun paradigma ini telah bergeser terhadap paradigma konsumsi, dimana status sosial ditentukan oleh apa yang seseorang konsumsi. Konsumsi dianggap dapat merepresentasikan status sosial seseorang. Menurut Djalal, dkk (2022), dapat dilihat pada gaya berpakaian, telepon genggam yang digunakan, serta mobil yang dikendarai, dianggap merepresentasikan status sosial tertentu. Hal ini tentu berdampak pada perilaku konsumtif masyarakat dengan alasan untuk mendorong status sosialnya di masyarakat. Hubungan antara fenomena dengan perspektif diatas adalah lampu *biled* bisa dikatakan suatu objek yang dapat menunjang status sosial seseorang. Lampu *biled* yang notabene memiliki harga yang lebih mahal, maka penggunaanya secara tidak langsung dianggap memiliki status sosial yang lebih tinggi. Menurut Rosa (2017), dalam dunia tanda, penting sekali representasi teks diwacanakan dan ditampilkan sebagai yang mewakili diri subjek dalam cluster-cluster kelas tertentu. Selain itu fenomena ini dapat dikaitkan dengan konsep Hiperrealitas menurut Jean Baudrillard. Mohamadh (2019), menyatakan bahwa Hiperrealitas adalah suatu gagasan bahwa gambar di dalam layar kaca terasa lebih nyata daripada realitas fisik. Apabila dikaitkan dengan fenomena sebelumnya, platform tiktok merupakan sarana sekumpulan media tidak nyata. Contoh postingan sebelumnya merupakan realitas tidak nyata dibalik layar kaca yang dapat melebihi realitas nyata. Dengan wacana yang dibawa serta tanda yang diberikan dapat mempengaruhi terhadap realitas itu sendiri.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa modifikasi juga dilakukan pada mesin sepeda motor. Istilah-istilah yang biasa digunakan dalam modifikasi mesin sepeda motor diantaranya, *Bore-up*, *Stroke-up*, *Remap Ecu*, dan lain-lain. Dilansir dari situs web Deltalube, *Bore up* merupakan salah satu metode modifikasi mesin motor yang bertujuan untuk meningkatkan volume silinder mesin. Caranya adalah dengan memperbesar diameter piston mesin. Sementara *Stroke up* adalah metode modifikasi mesin motor lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan volume silinder mesin. Caranya adalah dengan menambah panjang langkah piston (*stroke*) melalui penambahan panjang langkah piston pada kruk as. Remaja-remaja yang kami amati rata-rata telah memodifikasi motornya baik itu *Bore-up* ataupun *Stroke-up*. Dalam modifikasi mesin sepeda motor juga memerlukan biaya yang tidak sedikit. Berdasarkan hasil wawancara kami dengan informan, untuk bore-up

mesin, biaya yang dikeluarkan berkisar Rp. 500.000-an, sedangkan Stroke-up, biaya yang harus disiapkan lebih besar, menurut informan kami kira-kira biaya yang perlu disiapkan antara Rp. 1.000.000 sampai Rp. 1.500.000. Perlu digaris bawahi bahwa harga diatas tidak dapat dijadikan patokan karena berbeda bengkel maka berbeda pula harga yang diberikan.

Informan kami yang tidak ingin disebut namanya ialah salah satu remaja yang telah memodifikasi mesin motornya baik itu *bore-up* maupun *stroke-up*. Ketika ditanyai alasannya melakukan hal tersebut, ia menyatakan bahwa ingin motor yang ditunggangnya lebih cepat. Selain itu terdapat hal unik yang kami temui, bahwasannya alasan informan kami memodifikasi mesin motornya karena ia merasa iri dengan motor temannya yang lebih cepat dari sepeda motornya. Hal ini juga menjadi titik tolak yang akhirnya informan kami memutuskan untuk memodifikasi mesin sepeda motor miliknya. Ia mengaku telah menghabiskan banyak uang untuk memodifikasi sepeda motornya tersebut, ia tidak menyebutkan sejumlah nominal, hanya menyebutkan "banyak". Motor yang ia modifikasi adalah GL Pro Neo tech. Dilansir dari situs web motor tuo blogspot, spesifikasi motor ini memiliki diameter piston 63,5 dan langkah/*stroke* sebesar 49,7. Informan kami memodifikasinya dengan mengganti piston berdiameter 72 dan *stroke* sebesar 74. Berdasarkan pencarian data kami lewat *e-commerce*, rentang harga piston diameter 72 sekitar Rp. 180.000 sampai Rp. 250.000, sedangkan kruk as dengan *stroke* 74 sekitar Rp. 1.200.000 sampai Rp. 2.000.000. Nominal ini belum termasuk biaya untuk pemasangan di bengkel. Perlu diketahui bahwa informan kami masih duduk di bangku SMA yang notabene masih belum mempunyai penghasilan. Informan kami mengaku bahwa ia menggunakan fitur *paylater* dari salah satu aplikasi *e-commerce* untuk merealisasikan keinginannya tersebut.

Dari fenomena yang telah diceritakan sebelumnya, modifikasi motor tidak terlepas dari perspektif Jean Baudrillard tentang masyarakat konsumsi. Menurut Baudrillard dalam Purnamasari & Arifiyanti (2020), masyarakat post-modern tidak lagi mengkonsumsi objek berdasarkan manfaat atau fungsi dari objek, melainkan konsumsi didasarkan atas tanda, simbol, dan prestise. Kutipan di atas relevan dengan fenomena yang sedang diteliti dalam tulisan ini, dimana subyek penelitian ini dalam mengkonsumsi suatu barang didasari atas simbol atau prestise yang ditimbulkan oleh barang itu sendiri. Karena subyek kami merasa iri, maka ia memutuskan untuk memodifikasi mesin motornya agar dapat

melampaui kemampuan motor temannya tadi. Menurut Baudrillard dalam Wijaya, dkk (2019) menuliskan, ketika sebuah obyek menjadi komoditas, maka obyek tersebut tidak hanya memproduksi nilai-guna (*use-value*) dan nilai-tukar ekonomis (*economic-exchange-value*), tetapi juga nilai-tanda (*sign-value*) bahkan nilai-tukar-simbolis (*symbolic exchange-value*). Hal ini dikarenakan obyek tersebut tidak hanya menawarkan manfaat yang bersifat fungsional sesuai (dan/atau direkayasa sebagai) kebutuhan konsumen, atau sekadar menjadi alat tukar dalam sistem produksi-konsumsi, tetapi juga dengan sendirinya menciptakan makna-makna simbolik ketika masuk dalam ranah konsumsi. Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, kemajuan teknologi juga turut mendukung perilaku konsumtif dari subyek kami.

SIMPULAN

Berdasarkan paparan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kegiatan modifikasi motor merupakan salah satu kegiatan konsumtif, mulai dari modifikasi *body* motor sampai modifikasi pada mesin motor. Ditelisik lebih jauh lagi, kegiatan modifikasi motor tidak hanya serta merta meluapkan hasrat atau keinginan, akan tetapi terdapat permainan simbol yang terjadi dibalikinya. Mulai dari pengaruh sosial, kemajuan teknologi, dan sosial media turut menjadi instrumen dalam kegiatan konsumtif modifikasi motor.

Ajang beradu simbol atau tanda juga menjadi alasan kuat mengapa tindakan konsumtif terjadi. Modifikasi sepeda motor dilakukan bukan ditujukan untuk kompetisi dan prestasi, akan tetapi hanya sebatas harapan untuk memperoleh atensi atas eksistensi diri. Kemajuan teknologi juga mendukung perilaku konsumtif ini, dengan majunya teknologi akhirnya seseorang mengambil jalan pintas dalam mengkonsumsi suatu barang, contohnya dengan menggunakan fitur *paylater*.

Tindakan konsumtif seperti ini dapat menyebabkan timbulnya beberapa hal negatif seperti pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian tidak rasional. Pembelian yang hanya serta merta mengikuti hasrat emosional, yang akhirnya berbuntut pada pemborosan dan pembelian tidak rasional yang mengedepankan gengsi dan kesenangan semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Aromdoni, M. F. (2023). Perilaku konsumtif Remaja Pada Hobi Modifikasi Sepeda Motor Di kelurahan Pojok Kecamatan Mojoroto Kota Kediri: IAIN Kediri https://etheses.iainkediri.ac.id/10580/2/933708219_bab1.pdf
- Baudrillard, J. (2018). Masyarakat Konsumsi. Bantul: KREASI WACANA
- Creswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di antara Lima Pendekatan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Djalal, T., dkk. (2022). Masyarakat Konsumen dalam perspektif Teori Kritis Jean Baudrillard. *Indonesian Journal of Social and Educational Studies*, 3(2), 255-260. <https://doi.org/10.26858/ijses.v3i2.43263>
- Duta, C. B. L. & Ahmad, Z. (2023). Standarisasi Brand Pakaian dalam Pertemanan (Studi Kasus Mahasiswa Sosiologi Agama Tahun 2019). *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 7(1), 181-202. <https://doi.org/10.22437/titian.v7i1.26084>
- Gaol, R. K. L., & Abidin, S. (2024). PENGARUH KONTEN TIKTOK @REXI TERHADAP MINAT FOLLOWERS UNTUK MODIFIKASI MOTOR. *SCIENTA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(3). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i3.8598>
- Mohamadh, M. (2019). Konsep Simulasi dan Hiperealitas Jean Baudrillard. https://www.researchgate.net/publication/332332294_Konsep_Simulasi_dan_Hiperealitas_Jean_Baudrillard (diakses pada 21 Mei 2024)
- Purnamasari, I., & Arifiyanti, J. (2020). Arisan Thalia: Gaya Hidup Para Sosialita Jember. *Jurnal Entitas Sosiologi*, 9(1), 35-45. <https://doi.org/10.19184/jes.v9i1.20788>
- Purwanti, S. (2022). Melihat Dunia dengan Simulakra (Mengkaji Baudrillard dan Masyarakat Konsumsi). *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 11(2), 220-230. <https://doi.org/10.33508/jk.v11i2.4328>
- Raharja, E. (2024). Mengenal Lampu BiLED dan Keunggulannya di Kendaraan. <https://www.medcom.id/otomotif/mobil/1bV9vQaN-mengenal-lampu-biled-dan-keunggulannya-di-kendaraan#:~:text=Pengertian%20Lampu%20BiLED,ke%20dalam%20satu%20modul%20proyektor>. (diakses pada 21 Mei 2024)
- Rosa, D. V. (2017). Representasi Kelas Sosial dalam Ruang Teks Jalanan. *LAYAR: Jurnal Ilmiah Seni Media Rekam*, 4(2), 41-52. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/85349>
- Sari, R. (2020). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1), 44-57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Web Deltalube. BORE UP VS STROKE UP MESIN MOTOR: APA BEDANYA? <https://www.deltalube.com/bore-up-vs-stroke-up/#gsc.tab=0> (diakses pada 21 Mei 2024)
- Web Motor Tuo. (2015). *Spesifikasi Honda GL Pro Neotech – Penakluk Tanjakan yang Powerfull*. <https://motortuo.blogspot.com/2015/04/spesifikasi-honda-gl-pro-neotech.html> (diakses pada 21 Mei 2024)
- Wijaya, B. S., dkk. (2019). Nilai-Tanda sebagai Jantung Makna Relasi Konsumen dan Merek. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 181-192. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i2.3699>
- Yanto, A., & Hikmah, F. (2023). Fenomena Centang Biru Instagram: Analisis Masyarakat Konsumsi dalam Perspektif Simulakra Jean Baudrillard. *Jurnal Humaya: Jurnal Hukum, Humaniora, masyarakat, dan Budaya*, 3(2), 163-174. <https://doi.org/10.33830/humaya.v3i2.6236>