

**MAKNA STYLE TRANSPORTASI
PADA KOMUNITAS VESPA GEMBEL
(Studi Pada Mataram Scooter Club (MSC) di Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Sosiologi**

Disusun Oleh :

**Badruzzaman Pranata Agung
NIM. 06720039**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2010**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Badruzzaman Pranata Agung
NIM : 067200039
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Jurusan/Prodi : Sosiologi
Alamat Rumah : Somokaton, Margokaton, Seyegan, Sleman, Yogyakarta
Telp. : 085729242617
Judul Skripsi : *MAKNA STYLE TRANSPORTASI PADA KOMUNITAS
VESPA GEMBEL (Studi Pada Mataram Scooter Club
(MSC) di Yogyakarta)*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan benar *asli* karya ilmiah yang saya tulis sendiri. Apabila di kemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya ilmiah saya melainkan hasil plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia menanggung sanksi dan dibatalkan gelar kesarjanaan saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 7 Juli 2010

Saya yang menyatakan,



Badruzzaman Pranata Agung

NIM. 06720039



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Skripsi
: Saudara Badruzzaman P.A.

Lamp :

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Badruzzaman Pranata Agung

NIM : 06720039

Judul Skripsi : *Makna Style Transportasi Pada Komunitas Vespa Gembel (Studi Kasus Mataram Scooter Club (MSC) di Yogyakarta)*

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Jurusan/Program Studi Sosiologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Sosiologi.

Demikian ini kami sampaikan agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 7 Juli 2010

Penbimbing,

Sulistyaningsih, S.Sos., M.Si

NIP. 19761224 200604 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571
YOGYAKARTA 55281



PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/838.a/2010

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : Makna Style Transportasi Pada Komunitas
Vespa Gembel (Studi pada Mataram
Scooter Club (MSC) di Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Badruzzaman Pranata Agung
NIM : 06720039
Telah dimunaqosyahkan pada : Jum'at, tanggal 9 Juli 2010
Nilai Munaqosyah : A- (90)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN
Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Sulistyaningsih, S.Sos., M.Si

NIP. 19761224 200604 2 001

Penguji I

Drs. Musa, M.Si

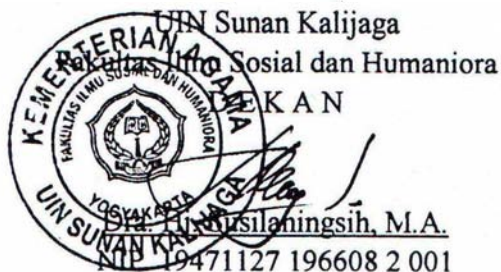
NIP. 19620912 199203 1 001

Penguji II

Dr. Syarifuddin Jurdi, S.Sos., M.Si

NIP. 19750312 200604 1 001

Yogyakarta, 9 Juli 2010



MOTTO

“Don’t put till tomorrow what you can do today”

(Jangan tunda sampai esok hari apa yang dapat kamu lakukan hari ini)

PERSEMBAHAN

Sepercik Karya ini ku persembahkan kepada :

Almamaterku Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

*Ayahanda dan Ibundaku tercinta yang tak pernah lelah
memberikan kasih sayang dan senantiasa terus
mendengarkan do'a
untuk kesuksesan anaknya*

Untukmu yang selalu setia di sisihku

ABSTRAK

**Judul : Makna Style Transportasi Pada Komunitas Vespa Gembel
(Studi pada Mataram Scooter Club (MSC) di Yogyakarta)**

Penulis : Badruzzaman Pranata Agung

Perkembangan kapitalisme global yang semakin kuat telah menuntut sosio-kultur bangsa ini, khususnya di Kota Besar seperti Yogyakarta untuk terus membuat citra akan penampilan yang dianggap modern dan *fashionable*. Pada abad gaya hidup sekarang ini, gaya adalah segalanya. Orang tidak lagi mementingkan nilai-guna suatu barang. Namun, yang menjadi prioritas adalah status sosial dan prestise yang akan didapat dari barang tersebut. Gaya konsumeris pun melebur antara kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*). Hal ini seperti yang terlihat dalam dunia style transportasi sekarang. Orang lebih suka menggunakan motor dengan style transportasi yang mewah dari pada hanya menggunakan motor yang biasa. Orang memilih motor dengan style transportasi yang mewah bukan karena kebutuhan sebagai alat transportasi, melainkan identitas borjuasi yang melekat pada kendaraan tersebut.

Berkaitan dengan fenomena di atas, ternyata penulis menemukan suatu bentuk fenomena lain tentang style transportasi yang berseberangan. Fenomena tersebut muncul dari fashion dan style transportasi pada komunitas Vespa Gembel. Khususnya pada Komunitas motor lain yang suka menunjukkan akan kemewahannya, namun pada komunitas Vespa Gembel ini lebih memunjukkan akan kegembelannya. Untuk itu, tujuan penelitian ini adalah: *pertama*, mengetahui penyebab atau pun alasan kemunculan komunitas Vespa Gembel. Kedua, mengetahui makna yang dikomunikasikan komunitas Vespa Gembel melalui simbol fashion dan style transportasi yang melekat pada penampilan mereka. Melalui tujuan tersebutlah intinya penulis mencari makna *gembel* yang dikomunikasikan oleh komunitas Vespa Gembel.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang mencoba membaca langsung apa yang sebenarnya terjadi, kaitannya dengan style transportasi pada komunitas Vespa Gembel. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam menilai hasil penelitian tersebut tentu tidak cukup dengan penilaian sepihak dari perspektif komunitas Vespa Gembel, tetapi harus diukur dan dianalisis dengan pendekatan sosio-kultur yaitu di sini melalui kajian tanda atau semiologi. Penelitian dilakukan di Yogyakarta, yaitu pada Mataram Scooter Club (MSC). Alasan pengambilan pada Mataram Scooter Club (MSC), karena komunitas Vespa ini merupakan komunitas yang mewadahi komunitas Vespa yang ada di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis terhadap data hasil penelitian pada komunitas Vespa Gembel tentang fashion dan style transportasinya. Maka dapat disimpulkan bahwa Kemunculan komunitas Vespa Gembel, khususnya pada lingkup Mataram Scooter Club (MSC) di Yogyakarta, dilatar belakangi oleh kegelisahan akan perkembangan realita kontemporer sekarang yang dipenuhi akan hasrat pertunjukan kemewahan dan kehedonisan. Dengan kata lain kemunculannya merupakan perwujudan dari etos kemerdekaan kelas pekerja dan anak-anak muda kelas menengah-bawah, juga sebagai reaksi terhadap kebosanan mode era kontemporer sekarang yang didominasi oleh fashion dan style transportasi kelas atas. Melalui kajian semiologis pada fashion dan style transportasi *gembel* yang melekat pada identitas komunitas tersebut, ternyata menjadikan gaya alternatif yang menjadi budaya tanding (*counter culture*) terhadap budaya *mainstream* yang begitu hedonis dan materialistis.

Key word: Vespa Gembel, Style transportasi, Budaya *mainstream*

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العالمين الذى أعطانا نعمة الإيمان والإسلام وأشهد أن لا إله إلا الله وأشهد أن محمدا عبده ورسوله والصلاة والسلام على حبيبنا وشفيعنا وقرّة أعيننا سيدنا ومولانا محمد صلى الله عليه وسلم الذى جاء بدين الإسلام وعلى أهل بيته وصحبه وجميع المسلمين أجمعين.

Alhamdulillah, puji syukur yang tak terhingga penyusun panjatkan kehadiran Gusti Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan kasih sayang, rahamt, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa ditetapkan kepada Kanjeng Nabi Muhammad saw, beserta keluarga, sahabat dan seluruh umat Islam. Amin.

Skripsi dengan judul “Makna Style Transportasi Pada Komunitas Vespa Gembel (Studi pada Mataram Scooter Club di Yogyakarta)”, Alhamdulillah telah selesai disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusun menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Maka tidak lupa penyusun haturkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Amin Abdullah, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

2. Ibu Dra Susilaningsih, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
3. Bapak Dadi Nurhaedi, S. Sos, M. Si, selaku Kaprodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
4. Ibu Sulistyaningsih, S.Sos, M. Si, selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dadi Nurhaidi, S. Sos, M. Si, selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. Bapak/Ibu pengelola perpustakaan UIN Sunan kalijaga Yogyakarta yang telah membantu dalam pengumpulan literatur.
7. Bapak/Ibu Dosen Prodi Sosiologi yang telah memberikan bekal ilmu kepada penyusun. Penyusun menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam atas pemikiran dan arahan terhadap penyelesaian skripsi ini. Khususnya kepada bapak Abi dan ibu Ambar yang sering penyusun ganggu.
8. Ayahanda tercinta Abdul Madjid, M. Si dan Ibunda tercinta Sugiyantini yang telah berjuang dengan segala kemampuan baik berupa materiil maupun spritual untuk kelancaran studi bagi penyusun. Mudah-mudah Gusti Pangeran Kang Maha Welas Asih membalas dengan segala yang terbaik.
9. Kedua kakakku Indra Mardiyana, S.E dan Agung Budi Santoso, S.E, juga keponakanku Rachmadina Maulida, saudaraku Ifan Sufyan Ahmad dan Ria, yang selalu menemani dan mewarnai hidupku.

10. Keluarga Adikku tercinta Mutmainah Setianingsih, S. Pdi, dan khususnya kepada adikku tercinta. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas motivasi, dan arahnya juga atas *kelonggaran* hatinya yang penuh dengan kesabaran sehingga terselesaikannya skripsi ini. “Hidupku akan terasa lebih hidup dengan kau selalu di sisihku”.

11. Mas Anggit, mas Budi, mas Ipong, mas Kuncung, mas Totok, dan mas Harji terima kasih atas kesediannya atas informasi yang diberikan bagi penyusun, sehingga terselesaikan skripsi ini.

12. Sedulur-sedulurku Mataram Scooter Club (MSC) dan khususnya dari distrik Paguyuban Pecinta Scooter Sleman (PAPSES) dan Vespa Owner Club (VOC), yang telah menerima penyusun dan meluangkan waktu untuk membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

13. Sahabat Arif dan Ariel, terima kasih untuk semuanya. Ingat perjuangan masih panjang kawan. Terus berjuang!!!

14. Sedulur-sedulurku di Sosiologi angkatan 2005 dan 2006, di Tarbiyah (KI) angkatan 2005, serta pemuda-pemudi al-Amin Somokaton dan semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Terima kasih. *I Lov U Full...!!*

Saya menyadari bahwa hasil penelitian skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal ini disebabkan karena terbatasnya kemampuan yang ada pada diri saya serta atas saran dan perhatiannya penyusun mengucapkan terima kasih.

Mudah-mudahan segala yang telah diberikan menjadi amal shaleh dan di terima di sisi Allah SWT. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penyusun khususnya dan bagi pembaca umumnya. Amin ya Rabbal 'Alamin.

Yogyakarta, 7 Juli 2010

Penyusun

Badruzzaman P.Ag
NIM. 06720039

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Kerangka Teoritik	12
F. Metode Penelitian.....	22
G. Sistematika Pembahasan	28

BAB II SEJARAH DAN PROFILE MATARAM SCOOTER CLUB

(MSC) DI YOGYAKARTA	30
A. Sejarah Vespa.....	30
B. Sejarah Perkembangan Vespa di Indonesia	34
C. Sejarah Yogyakarta	37
D. Selayang Pandang Kota Yogyakarta dan Komunitas Jalanan yang Menyelimutinya.....	43
E. Profil Mataram Scooter Club (MSC) Daerah Istimewa Yogyakarta	51
1. Sejarah Berdirinya MSC	51
2. Potret Sosio-Kultur pada Mataram Scooter Club (MSC)	53
3. Keorganisasian Mataram Scooter Club (MSC)	63
F. Profil Individu yang Masuk Mataram Scooter Club (MSC).....	73

BAB III MAKNA FASHION DAN STYLE TRANSPORTASI PADA

KOMUNITAS VESPA GEMBEL	78
A. Komunitas Vespa Gembel sebagai Komunitas Jalanan yang Berani Melawan Arus	78
B. Komunitas Vespa Gembel: Sub kultur dalam Dunia <i>Bikers</i>	84
C. Relasi Sosial di Dalam Komunitas Vespa Gembel	88
D. Makna Fashion dan Style Transportasi Komunitas Vespa Gembel: Kajian Semiologi	95
E. Jalan sebagai Ruang Publik: Media Bebas Ekspresi.....	111

BAB IV PENUTUP	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran-saran	119
C. Kata Penutup	120
 DAFTAR PUSTAKA	 121
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak kemunculan revolusi industri di Eropa Barat, khususnya Inggris pada tahun 1780-an,¹ industrialisasi bukan saja telah membawa manfaat seperti pemenuhan kebutuhan teknis yang memudahkan manusia. Revolusi industri tersebut mengubah masyarakat praindustri dengan produktifitas rendah dan angka pertumbuhan nol menuju kepada suatu masyarakat dengan produktifitas tinggi dan peningkatan pertumbuhan. Namun, dampak dari revolusi industri juga membawa problem bagi masa depan manusia. Industrialisasi ternyata menuntut biaya material, mental, kultural dan moral. Rusaknya lingkungan alam yang diakibatkan oleh eksploitasi yang berlebihan, urbanisasi yang melahirkan pengangguran, kemiskinan dan kriminalitas, sakit mental seperti stress dan kekerasan, penyalahgunaan narkoba, sekularisme yang mengakibatkan dekadensi moral, termasuk penjajahan yang tidak lain adalah akibat dari proses industrialisasi. Akibat yang sebenarnya paling serius adalah manusia terasingkan dari diri dan lingkungannya.

Teknologi yang semakin canggih dan modern telah begitu terasa dampaknya bagi kelangsungan hidup manusia. Kini manusia seolah-olah telah hidup dalam suatu ruang *hiperealitas*. Terlebih saat teknologi informasi dan komunikasi memegang kendali dalam tatanan masyarakat ini, dunia bagaikan

¹ Chris Barker, *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009). hlm. 138

sebuah desa kecil. Sistem kapitalisme global pun telah menjadi kekuatan para pemilik modal dan telah mendominasi tidak hanya secara fisik, namun telah menjangkit ke setiap nilai-nilai sosial, dalam intelektual atau pun moral. Kapitalisme telah menggiring manusia untuk hidup dalam kesenangan dan kemewahan. Gaya hidup hedonis pun menjadi hal yang wajar bahkan trens dalam kehidupan sekarang.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadikan manusia terus mengalami ketergantungan. Manusia tidak terbayangkan jika sekarang kehilangan mesin-mesin teknologi tersebut, peradaban manusia seakan punah. Pengaruh sistem kapitalisme menjadikan teknologi yang dahulu lebih dilihat dari segi kemanfaatannya, namun sekarang yang paling dominan adalah segi luar atau penampilannya dan prestise. Orang lebih bangga mengendarai motor bermerk Harley Davidson dari pada motor bermerk Vespa. Sekalipun bila dilihat dalam segi kemanfaatan sebenarnya sama-sama kendaraan transportasi, namun orang lebih mementingkan prestise, citra dan penampilannya. Itu semua adalah bentuk hegemonisasi dari sistem kapitalisme global yang telah begitu menghasut manusia menjadikan sebuah kesadaran palsu.

Bila kita amati kota-kota di Indonesia, lebih-lebih kota besar seperti Yogyakarta, Jakarta, Semarang dan lainnya, fenomena seperti di atas telah menjadi gaya hidup individu dalam kehidupan sosialnya. Orang-orang membeli barang bukan atas dasar kebutuhan namun lebih karena untuk mendongkrak status sosialnya, karena citra dan kesenangan belaka. Seperti yang dikatakan David Chaney, bahwasannya dalam abad gaya hidup,

penampilan adalah segalanya. “kamu bergaya maka kamu ada!”². Dalam ungkapan Chaney selanjutnya, penampakan luar menjadi salah satu situs yang penting bagi gaya hidup. Hal-hal permukaan akan menjadi lebih penting dari pada substansi. Gaya dan desain menjadi lebih penting daripada fungsi. Gaya menggantikan substansi. Kulit akan mengalahkan isi. Pemasaran penampakan luar, penampilan, hal-hal yang bersifat permukaan atau kulit akan menjadi bisnis besar pada era gaya hidup.

Orang-orang berlomba-lomba menunjukan kemewahan melalui penampilan yang mereka kenakan. Bila tadi sudah dipaparkan bagaimana manusia telah terintegrasi dengan mesin-mesin teknologi. Inilah salah satu dampak yang terjadi selanjutnya adalah manusia telah diperdayakan. Manusia tidak berhenti dengan menerima segi kemanfaatannya saja, namun mereka juga menginginkan bagaimana bisa mendapatkan status sosialnya dapat terangkat dalam abad gaya hidup.

Fenomena gaya hidup seperti di atas bisa terlihat dalam dunia transportasi sekarang. Masalah citra, penampilan dan prestise merupakan hal yang utama bagi kebanyakan orang. Orang lebih merasa bangga bila motor-motornya berlabel motor mewah yang memberikan suatu *image* dari kelas borjuis dari pada dengan motor-motor yang hanya standar dengan lebel motor biasa, karena hanya memberikan *image* kelas pekerja. Tidak cukup dengan merk atau label motor saja, namun juga hasrat untuk dipandang lebih terkesan mewah dan glamor ditunjukkan dengan menambah aksesoris-aksesoris motor

²David Chaney, *Lifestyles, Sebuah Pengantar Komprehensif*, (Yogyakarta: Jalasutara, 1996). hlm. 16

tersebut. Hal tersebut banyak sekali dijumpai seperti yang ditunjukkan sejumlah komunitas motor yang saat-saat ini telah menjamur di hampir semua kota Indonesia. Orang akan memandang orang berkendara motor Harley Davidson termasuk orang kalangan elit dibanding dengan orang yang berkendara Vespa gembel yang pastinya memandangnya berasal dari kelas pekerja (kelas bawah).

Komunitas motor di Indonesia mulai bermunculan seiring pertumbuhan dunia global serta peningkatan pertumbuhan para pengguna sepeda motor yang semakin meningkat, pada dekade '90-an. Lahirnya komunitas ini lebih banyak didasari karena rasa persamaan, yakni sesama pengguna merk motor tertentu, di samping adanya keinginan kuat untuk bisa saling berbagi serta berinteraksi atas rasa memiliki dan kebanggaan pada sebuah merk sepeda motor tertentu.³ Walaupun, sebenarnya komunitas motor sudah ada sejak dekade tahun 1948 di California⁴, mereka kebanyakan berupa geng-geng motor. Salah satunya geng-geng tersebut adalah geng yang mengendarai Harley Davidson yaitu Hell's Angels. Geng ini terkesan anarkis bahkan menjadi geng motor yang paling ditakuti. Tidak hanya itu saja, geng motor juga mengilhami bagi kaum Mod⁵, yang kebanyakan mereka berasal dari anak muda kelas pekerja dengan mengendarai motor Vespa. Sebenarnya nama *Mod* merupakan nama julukan bagi para pengikutnya dari kependekan

³ Aris, Eko SB Setyawan, Udik Kelik, *Buku Pintar Sepeda Motor*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2010), hlm. 123

⁴ Thomson, Hunter S., *Hell's Angels: Geng Motor Berbahaya Sedunia*, (Yogyakarta: Garasi House Of Book, 2010), hlm. 5

⁵ Thorne, Tony, *Kultus Anderground: Pengantar Untuk Memahami Budaya ()Kaum Muda) Pascamodern*, (Yogyakarta: The Continuum, 2008). hlm. 163

modernis. Mereka berbeda dengan geng motor Hell's Angels, geng Mod' lebih terkesan flamboyan, necis, sehingga lebih terlihat kaum bangsawan sekalipun mereka sebenarnya kebanyakan dari kaum pekerja. Kaum Mod' bergaya seperti itu adalah karena sebagai bentuk perlawanan terhadap kultur dominan yang pada saat itu dikuasai oleh kelas elit dan bangsawan. Penampilan seperti itu dilakukannya agar merasa seperti kaum bangsawan.

Dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin mengglobal juga mempengaruhi negara-negara Dunia Ketiga. Salah satunya adalah terpengaruhnya dengan adanya komunitas motor atau geng motor seperti di Dunia Barat. Hal tersebut bisa dilihat di kota-kota besar Indonesia, komunitas motor tersebut telah begitu banyak dijumpai, seperti halnya Yogyakarta yang mempunyai julukan sebagai Kota Pelajar sekaligus Kota Budaya.

Fenomena komunitas motor di atas tidak luput dari penilaian sebagian masyarakat yang menilainya terkesan negatif. Komunitas motor tersebut seolah-olah disamakan seperti sebuah geng-geng motor yang sering melakukan bentuk-bentuk anarkis. Seperti yang terjadi belum lama ini, bahwa telah terjadi maraknya kasus geng-geng motor yang melakukan tindakan kriminalitas, seperti perampokan, perkelahian, pembunuhan dan bentuk-bentuk anarkis lainnya. Untuk itulah komunitas motor di atas tidak setuju bila dikatakan suatu geng, karena nama geng lebih mempunyai kesan anarkis dan radikal. Komunitas motor tersebut untuk mengubah stereotip yang menempel padanya. Komunitas motor tersebut biasanya melakukan kegiatan-kegiatan

sosial dan juga mengadakan event-event untuk menumbuhkan rasa persaudaraan mereka.

Dalam satu komunitas motor tersebut umumnya semua sama kendaraannya. Bila dalam komunitas motor Ninja semisal, maka dalam komunitas tersebut semua orang mengendarai motor bertipe Ninja. Namun juga ada komunitas yang muncul dari latar belakang nama pabrik yang sama. Umumnya yang sering terlihat menonjol dalam komunitas motor-motor tersebut adalah segi kemewahan dan kesenangan. Berbeda dengan komunitas yang unik, bahkan menurut pengalaman saya, bisa dikatakan belum ada komunitas motor yang sama dengannya, yaitu pada komunitas Vespa Gembel⁶ atau *Rat Scooter*.



Gambar 1: Vespa Gembel 1, lokasi di Stadion Klaten

Foto diambil pada tanggal 28 Maret 2010

Komunitas tersebut begitu sederhana bahkan terlihat seperti sampah berjalan. Namun komunitas Vespa Gembel menjadikan semakin menarik dan unik dari berbagai atribut kekumuhannya yang seakan-akan menjadi antitesis

⁶ *Gembel* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, merupakan sebutan orang melarat atau orang yang miskin sekali. Direpresentasikan melalui dandanan yang seadanya.

dari kemewahan dan kesenangan, khususnya yang dipertunjukkan pada moda transportasi *mapan*. Maksud dari moda transportasi *mapan* dalam hal ini adalah kendaraan (motor) yang bisa diterima masyarakat pada umumnya dan bisa menumbuhkan nilai prestise tinggi. Komunitas Vespa Gembel lebih mengedepankan kebebasan ekspresi melalui kegembelannya dari pada menunjukkan kemewahannya. Sekalipun memang mereka dari orang kalangan menengah-bawah (kaum pekerja), namun mereka tidak merasa minder dengan kehidupan sekarang yang penuh pertunjukan kemewahan.

Munculnya berbagai komunitas seperti Vespa Gembel di atas adalah bukti bagaimana ruang publik begitu penting dalam kehidupan sosial. Mereka menggunakan jalanan sebagai media untuk mengespresikan diri dari realita yang dijalannya. Penggunaan ruang publik merupakan hal yang wajar kita jumpai di berbagai kota di Indonesia. Yogyakarta sebagai kota Pelajar dan identik dengan kebudayaannya juga menjadi tempat yang strategis untuk menunjukkan berbagai ekspresi kepentingan mulai dari pihak penguasa sekaligus pihak yang dikuasai. Jalan itulah sebagai ruang bertarungannya berbagai kepentingan. Simbol-simbol yang ditampilkan sebagai media penyaluran komunikasi di ruang publik memang penuh dengan realitas sosial masyarakat.

Komunitas unik seperti yang ditunjukan pada komunitas Vespa Gembel tersebut telah memberikan warna baru bagi ruang publik (jalan). Komunitas Vespa Gembel sebenarnya juga banyak dijumpai di kota-kota lain, selain Yogyakarta, diantaranya: Banten, Malang, Jakarta, Cileduk, Bandung,

Subang, Lampung, Magelang dan masih banyak lagi. Komunitas Vespa Gembel mudah dikenali. Mereka umumnya mengendarai Vespa rombeng tahun 1970-an atau 1980-an yang dimodifikasi sesuka hati hingga bentuknya aneh-aneh.⁷

Namun komunitas Vespa Gembel juga tidak lepas dari berbagai tanggapan dan pandangan dari berbagai orang yang sering menganggap mereka randah, kotor, jorok bahkan sampai menganggap mereka dekat dengan kriminalitas. Mereka semua menganggap begitu karena hanya sekedar memandang dari kulit luarnya atau penampilannya saja. Mereka diberikan stigma tersebut karena citra yang kerap menempel dari seorang pelaku kriminalitas yang biasanya berpenampilan seperti mereka. Namun pandangan seperti itu bagi orang-orang yang masuk dalam komunitas tersebut tidak dihiraukan, bahkan mereka merasa bangga dengan fashion dan style transportasi yang menjadi iconnya tersebut dan menjadi identitas mereka.

B. Rumusan Masalah :

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Mengapa komunitas Vespa Gembel muncul?
2. Apa makna fashion dan style transportasi pada komunitas Vespa Gembel?

⁷Budi Suwarno, “Perlawanan Vespa Gembel”, Dalam <http://cetak.kompas.com/read/xml/2008/09/07/01120332/perlawanan.vespa.gembel>, Diakses pada 16 Maret 2010.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian :

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:
 - a. Mengetahui penyebab atau pun alasan kemunculan komunitas Vespa Gembel.
 - b. Mengetahui makna yang dikomunikasikan komunitas Vespa Gembel melalui simbol fashion dan style transportasi yang melekat pada penampilan mereka.
2. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:
 - a. Untuk memberikan tambahan kontribusi terhadap kajian sosiologi khususnya dan dalam ilmu-ilmu sosial lainnya pada umumnya.
 - b. Untuk memberi wacana baru, khususnya dalam kajian wacana ruang publik dan pada umumnya dalam kajian sosial kebudayaan yang berkembang didalamnya.
 - c. Merangsang gairah penelitian sosial dalam perspektif-perspektif yang lebih luas sebagai antisipasi kebuntuan dan kejenuhan tema penelitian.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian terhadap komunitas Vespa Gembel menarik untuk dikaji lebih dalam. Mengingat ternyata diruang publik seperti jalanan, subkultur dari kaum minoritas bahkan yang ter subordinat mencoba menunjukkan perjuangannya yaitu suatu bentuk resistensi. Mereka menginginkan bahwa dalam dunia yang begitu dipenuhi keglamoran akan kesenangan-kesenangan

yang mengisinya. Menjadi sadar akan adanya suatu kehidupan yang sebenarnya lebih realistis dari kehidupan yang semu dan palsu tersebut. Kehidupan akan rasa yang penuh kebersamaan, persaudaraan dan saling menghargai.

Berdasarkan penelusuran saya akan judul penelitian tentang komunitas Vespa Gembel, ternyata saya belum menemukan karya ilmiah yang mencoba menelitinya. Untuk itu saya telusuri melalui dokumen-dokumen lain sebagai pijakan saya untuk memperoleh tambahan referensi bagi pemahaman terhadap masalah yang akan saya lakukan penelitian ini. Referensi-referensi tersebut adalah:

Pertama, studi Budi Suwarno (*Perlawanan Vespa Gembel*)⁸. Artikel ini berisi tentang suatu komunitas di jalanan yaitu komunitas Vespa Gembel. Gembel disini diartikan suatu budaya tandingan yang menjadi antitesis motor-motor mewah yang terkesan hedonis. Mengapa gembel? karena vespanya yang ditambahi aksesoris-aksesoris sampah yang menempel di vespa tersebut, seperti plastik, karung goni, gombal, drum bekas, galon air, sandal jepit, CD, selongsong mortir, botol infus, tengkorak binatang, hingga kadang celana dalam juga ada. Komunitas Vespa Gembel merupakan komunitas motor yang berasal dari kalangan menengah ke bawah. Mereka menunjukkan perlawanan simbolik terhadap budaya *mainstream* yang menonjolkan *style* dan pakaian mewah dan glamor dengan melawannya yang bergaya “gembel”.

⁸ Budi Suwarno, “Perlawanan Vespa Gembel”, <http://cetak.kompas.com/read/xml/2008/09/07/01120332/perlawanan.vespa.gembel>, (Kompas: 7 September 2008)

Kedua, studi Hunter S. Thompson (*Hell's Angels: Geng Motor Berbahaya Sedunia*)⁹. Melalui penelitiannya tentang Hell's Angels, Thompson dalam karyanya ini membahas perjalanan suatu geng motor yang berbahaya yaitu Hell's Angels mulai dari latar belakang berdirinya hingga geng ini menjadi mewabah sampai ke negara-negara lain dari asalnya, yaitu California, Amerika Serikat. Geng motor Hell's Angels merupakan salah satu geng “empat besar” geng motor yang anggotanya banyak tersangkut urusan kekerasan, obat-obatan, perdagangan barang curian dan pemerasan menurut FBI dan Badan Intelijen Kriminal Canada. Dari situlah geng seakan menjadi suatu kelompok yang dipandang mengerikan dan jahat. Selanjutnya diterangkan bahwa geng motor ini kemudian menjadi sebuah gaya hidup.

Ketiga, Studi Lusiana Indriasari (*Solidaritas “Tos-Tosan”*)¹⁰. Dalam artikel Lusi ini, diuraikan tentang solidaritas dari komunitas Vespa. Bahwasannya dalam dunia komunitas Vespa (Indonesia), hubungan individu dalam komunitas dan antar komunitas begitu tinggi rasa persaudaraannya. Dijelaskan dalam hubungan komunitas vespa tinggi dengan bukti bahwa mereka rela memberikan tumpangan tempat tinggal bahkan sampai berbulan-bulan atau kadang ada yang sampai 1 tahun lebih, berbagi makan, bahkan kalau perlu memberi bekal uang kepada penggemar vespa yang sedang melakukan perjalanan. Pengembaraan itulah yang menjadi bagian hidup komunitas vespa, sehingga sekalipun uang sedikit tapi mereka bisa berani

⁹ Thomson, Hunter S., *Hell's Angels: Geng Motor Berbahaya Sedunia*, (Yogyakarta: Garasi House Of Book, 2010)

¹⁰ Lusiana Indriasari, “Solidaritas “Tos-Tosan””, <http://cetak.kompas.com/read/xml/2008/09/07/01133571/solidaritas.tos-tosan>, (kompas: 7 September 2010)

melakukannya yaitu dengan mengandalkan rasa solidaritas tersebut. Budaya itu yang dalam komunitas vespa di namakan “tos-tosan”.

Dari semua referensi yang saya jadikan sebagai rujukan pustaka tersebut. Ternyata tidak satu pun yang secara eksplisit membahas dan mengkaji masalah pemaknaan akan dunia fashion atau gaya berpenampilan dalam transportasi, khususnya pada komunitas vespa gembel sebagai budaya tanding (*counter culture*) terhadap moda-transportasi “mapan” pada ruang publik dengan lokasi penelitian di Yogyakarta. Kemudian juga referensi-referensi di atas tidak menyentuh makna fashion pada motor dan pakaian dengan kajian teori semiologi (tanda).

E. Kerangka Teoritik

1. Sub-Kultur Sebagai Bentuk Perlawanan Kultur Dominan Secara Simbolik

Perbincangan tentang subkultur dalam komunitas vespa gembel tidak lepas dari idiologi yang mereka gagaskan. Ideologi mereka terlihat melalui simbol-simbol pemaknaan dari *fashion*-nya maupun dari perilakunya. Kata *kultur* dalam subkultur menunjuk pada “keseluruhan cara hidup” atau sebuah “peta makna” yang memungkinkan dunia bisa dimengerti oleh anggota-anggotanya. Kata *sub* mengkonotasikan kekhususan dan perbedaan dari kebudayaan yang dominan atau *mainstream*. Thornton mengatakan bahwa subkultur bisa juga dilihat sebagai sebuah ruang dimana “kebudayaan yang menyimpang”

menegoisasikan kembali posisinya atau justru merebut dan memenangkan ruang itu.¹¹

Sub-kultur bisa berarti sebuah sistem, model ekspresi atau gaya hidup yang dibangun oleh kelompok (*community*) dalam posisi yang berbeda dan subordinat terhadap bangunan makna dan sistem perangkat kehidupan (nilai, norma, adat-istiadat) yang dijalankan oleh masyarakat kebanyakan. Pada intinya bahwa, sub-kultur merupakan suatu bentuk perlawanan terhadap kebudayaan dominan. Sedangkan dalam komunitas Vespa Gembel, sub-kultur dari pertunjukkan gembel yang menyelimutinya dihadapkan dengan kultur dominan yang menunjukkan kemewahan menjadi sebuah resistensi terhadap hegemonisasi kapitalisme akan sebuah kesenangan belaka.

Dalam Clarke et al., (1976)¹² ditunjukkan bahwa sub-kultur yang di wakili oleh kaum muda terbentuk dalam suatu artikulasi ganda, yaitu dalam perlawanannya dengan kebudayaan orang tua dan sekaligus dalam perlawanannya dengan kebudayaan dominan. Ritual-ritual seperti *fashion*, musik, atau bahasa, dilihat sebagai usaha untuk memenangkan ruang kultural dalam melawan kebudayaan dominan dan kebudayaan orang tua. Sementara konsep yang muncul dalam bentuk *style*, mengacu pada brikolase. Konsep brikolase dipakai untuk merekontekstualisasi objek-objek untuk mengomunikasikan makna-makna baru. Jadi, objek yang telah

¹¹Chris Barker, *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009). hlm. 341

¹² Clarke, J., 'style' dalam S. Hall dan T. Jefferson (eds), *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*, (London: Hutchinson, 1976).

disarati makna simbolis yang mengendap dimaknai ulang dalam kaitannya dengan artefak lain dalam suatu konteks baru.¹³ Gaya para pecinta musik *Ska* misalnya, dengan sepatu boot dan berambut cepak, yang merupakan brikolase dari semangat kerja keras dan maskulinitas kelas pekerja.

Hebdige (1979)¹⁴ menyelidiki gaya dalam tingkat keotonomiannya sebagai penanda. Dalam melakukannya, dia menegaskan adanya spesifikasi semiotika dan spesifikasi kultural sambil mempertahankan konsep *brikolage* dan perlawanan.¹⁵ Gaya adalah sebuah praktik penandaan (*signifising practice*), gaya adalah sebuah arena penciptaan makna. Melalui signifikasi perbedaan tersebut, gaya membentuk identitas kelompok. Dalam subkultur ini, barang-barang komoditas-melalui konsumsi *brikolage*-dijadikan alat perlawanan terhadap nilai dominan. Gaya adalah sebuah perang gerilya semiotik.

Gaya pada sub-kultur menunjukkan suatu simbol representasi makna-makna perlawanan, tidak mengherankan jika studinya juga akan membutuhkan suatu kajian tentang tanda. Sebagaimana terungkap dalam dunia simbol atau tanda yang disebut Semiotika atau Semiologi.

Dalam pembahasan tanda seorang teoritikus budaya Prancis Roland Bartes, memakai pendekatan Ferdinand de Saussure, melakukan modifikasi dan menerapkannya kepada praktik kebudayaan pop. Walaupun pada awalnya Saussure dengan teori semiologi ini untuk membahas masalah linguistik. Namun, pada perkembangan selanjutnya

¹³ Chris Barker, *Cultural Studies*.,hlm. 345

¹⁴ Hebdige, *Subculture: The Meaning of Style*, (London an New York: Routledge, 1979)

¹⁵ Chris Barker, *Cultural Studies*.,hlm. 347

ternyata semiologi juga mempunyai studi pembahasan pada objek dan citra. Pembahasan objek dan citra adalah dengan mendefinisikan tanda yang akan diterapkan pada objek dan citra yang membentuk fashion dan pakaian. Kini, meski tampak masuk akal untuk menunjukkan bahwa objek dan citra yang membuat fashion dan pakaian dapat dianggap sebagai tanda yang pada dirinya sendiri membentuk penanda dan petanda. Hubungan penanda dan petanda tersebut bersifat arbiter (tidak tetap atau abadi).

Bagi Barthes itulah, ternyata dalam tanda dan simbol tersebut tersimpan suatu bentuk ideologi yang tersembunyi. Karya awal Barthes mengenai budaya pop menaruh perhatian pada proses pemaknaan (*signification*), suatu cara yang dengan itu makna-makna dihasilkan dan disirkulasikan. Barthes berpendapat bahwa kita dapat berbicara tentang dua sistem signifikasi: denotasi dan konotasi. Denotasi adalah level makna deskriptif dan literal yang secara virtual dimiliki semua anggota suatu kebudayaan. Pada level kedua, konotasi, makna terbentuk dengan mengaitkan penanda dengan aspek-aspek kultural yang lebih luas: keyakinan, sikap, kerangka kerja dan ideologi suatu formasi sosial. Makna kemudian menjadi persoalan asosiasi tanda dengan kode makna kultural lain.¹⁶

Telaah atas denotasi dan konotasi yang dijumpai pada karya Barthes juga relevan untuk memahami bekerjanya ideologi. Seperti ditulis

¹⁶ Chris Barker, *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, hlm. 74

Volosinov¹⁷, “ranah ideologi bertepatan dengan ranah tanda...kapanpun ada tanda, disitu ada ideologi”. Inilah salah satu cara dimana posisi dominan dan subordinat, yang merupakan hasil perilaku manusia, dibuat tampak alamiah, dan oleh karena itu tak diragukan. Ini menunjuk pada bentuk hegemoni. Hegemoni menunjuk pada situasi yang ada saat kelompok sosial tertentu, faksi tertentu kelompok sosial, yang ada pada posisi dominan, mampu menggunakan otoritas sosialnya sebagai hasil dari kekuasaannya muncul dan menjadi alamiah dan absah. Fashion dan pakaian, sebagai bentuk komunikasi yang erat akan dominasi dan subordinasi. Melalui proses tersebut fashion dan pakaian kelihatan seperti alamiah, dan bukan merupakan hasil tindakan dari manusia. Hegemoni dapat dianggap sebagai bentuk peperangan yang bergerak, dimana Gramsci menunjuk pada satu “keseimbangan yang bergerak”, yang secara konstan harus direbut lagi sebagai rangkaian medan perang perbedaan termasuk fashion dan pakaian.¹⁸

Dalam kaitannya dengan budaya *nggembel*, bahwasannya istilah fashion dan pakaian identik dengan temuan simbol-simbol perlawanan. Melalui fashion dan pakaian itulah mereka melakukan perlawanan terhadap budaya dominan. Simbol-simbol tersebut muncul melalui makna-makna yang direpresentasikan. Maka tidak mengherankan ketika sebuah sub-kultur mencoba merepresentasikan melalui gaya hidup, fashion ataupun tindakan-tindakan yang *aneh-aneh*, karena bagi mereka itu suatu

¹⁷ Volosinov, *Marxism and the Philosophy of Language*, (London: Seminar. Press)

¹⁸ Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi...*, hlm. 131

bentuk komunikasi yang mereka coba sampaikan dari kesadaran diri terhadap kehidupan yang dijalannya.

2. Ruang Publik Dalam Masyarakat Kontemporer

Manusia senantiasa hidup di dalam ruang hidup untuk saling berinteraksi atau berkomunikasi dengan sesama dalam sebuah ruang publik. Manusia tidaklah hidup dalam kekosongan eksistensial, namun mereka hidup dalam pergulatan zamannya. Dalam pergulatannya sebagai manusia, mereka membentuk wilayah sosial (*social sphere*). Wilayah yang oleh Jurgen Habermas¹⁹, disebut sebagai dunia publik atau ruang publik (*publik sphere*).

Istilah ruang publik dilacak secara historis oleh Habermas sebagai ranah yang muncul dalam suatu fase spesifik “masyarakat borjuis”. Ia adalah suatu ruang yang menengahi masyarakat dengan negara dimana publik mengorganisasi dirinya dan dimana “opini publik” terbentuk. Dalam ruang publik memungkinkan untuk semua opini publik bisa terbentuk dan tersalurkan. Namun, sebagaimana di ketahui bahwa kehidupan sosial yang kini telah berhadapan bahkan termodifikasi dengan sistem kapitalisme ini. Ternyata semua harapan bahkan tujuan terciptanya ruang publik sebagai wilayah yang demokratis menjadi luntur bahkan berangsur surut. Bersama kemajuan kapitalisme ini menjadikan pudarnya eksistensi ruang publik yang semakin mengarah kepada monopoli dan penguatan negara. Meningkatnya komodifikasi kehidupan oleh

¹⁹ Idi Subandy Ibrahim, *Dari Nalar Keterasingan Menuju Nalar Pencerahan: Ruang Publik dan Komunikasi Dalam Pandangan Soejatmoko*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), hlm. 1

perusahaan-perusahaan raksasa mengubah masyarakat dari warga negara rasional menjadi konsumen, di antara sekian banyak yang lain, barang-barang non-rasional ditawarkan iklan dan industri humas. Seiring dengan erosi ruang publik, negara meraih kekuasaan yang semakin besar di bidang ekonomi sebagai manajer usaha dan di bidang swasta melalui manajemen pembagian kesejahteraan dan pendidikan.²⁰

Dalam hal ini, Habermas dalam ide tentang ruang publik melihat adanya mediasi bagi dua pihak yang dibedakan secara analitis sebagai negara (*state*) dan masyarakat (*society*). Negara adalah pihak yang diberikan mandat untuk menata masyarakat, yang mengatur ruang publik. Untuk itu, rupanya dengan menguatnya negara modern dan tumbuh kembangnya kapitalisme tersebut. Negara tidak hanya berkepentingan untuk menjaga aturan main dalam ruang publik kenegaraan, tapi negara juga sudah ikut melakukan intervensi dalam hampir semua sektor kehidupan.²¹ Dalam situasi inilah kebebasan dalam komunikasi tidak tercipta, karena sudah mengandung benih distorsi dan manipulasi. Dominasi dan hegemoni terhadap saluran atau akses terhadap ruang publik pun semakin mengglobal.

Melihat kenyataan tersebut menjadikan ruang dengan demikian, tidak dapat dipisahkan dari individu dan masyarakat yang mengisinya. Menurut Henry Lefebvre, didalam *The Production of Space*, ruang (sosial)

²⁰ Chris Barker, *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009). hlm. 159

²¹ Idi Subandy Ibrahim, *Dari Nalar Keterasingan Menuju Nalar Pencerahan: Ruang Publik..*, hlm. 3

adalah produk (sosial). Artinya ruang itu diproduksi secara sosial oleh masyarakat. Ruang merupakan cermin dari tatanan sosial, ekonomi dan politik suatu masyarakat. Sebagai produk sosial, ruang kerap dijadikan sebagai alat kontrol, dominasi dan kekuasaan. Di pihak lain, ruang juga kerap dijadikan sebagai alat penentangan, subversi, dan perlawanan politik. Perjuangan ruang adalah perjuangan memperebutkan teritorial (fisik maupun simbolik). Ruang menjadi arena perebutan kapling tanah, akan tetapi juga arena perebutan tanda dan makna, makna ruang sekaligus menjadi arena perebutan ideologi. Dalam hal ini apa yang kita sebut ideologi adalah proses umum dalam penciptaan makna-makna sosial. Terjadi perebutan hegemoni kultural dan pemaknaan yang tidak ada akhirnya di masyarakat. Pada masyarakat tertentu makna-makna keagamaan dan spiritual mendapatkan posisi hegemoni, sedangkan pada masyarakat lain makna-makna komersial dan ekonomis lebih menguasai masyarakat (seperti pada kapitalisme global).²²

Pada era kapitalisme global ini, peruntukan ruang dan bentuk komunikasi masyarakat di dalamnya semakin berwajah komersial, serta bentuk dan gayanya semakin bersifat global. Terjadi segmentasi ruang berdasarkan tujuan-tujuan komersial dan/atau politik tertentu, yang merupakan satu bentuk penggunaan kekuasaan (kekuasaan politik maupun ekonomi) dalam menentukan keputusan mengenai ruang dan ekspresi visual yang ada di dalamnya. bentuk-bentuk perebutan hak milik wilayah

²²Idi Subandy Ibrahim (ed.), *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komuditas Indonesia*, (Bandung: Jalasutra, 1996). hlm. 326

antara penguasa dengan rakyat, merupakan suatu bentuk pentingnya ruang dalam kehidupan sosial ini.

Ruang menjadi tempat perebutan tanda dan hegemoni kultural. Ruang dengan demikian merupakan tempat perebutan kekuasaan kultural. Ada bentuk visual, tanda dan makna yang mendapatkan posisi hegemoni, dan ada yang mendapat posisi marjinal. Di dalam wacana ruang, kode dapat dikatakan sebagai cara tertentu pengorganisasian ruang beserta ungkapan-ungkapan visual-khususnya *public art*-yang ada di dalamnya, sehingga menghasilkan makna-makna tertentu yang dipahami secara sosial.²³

Tanda dalam *public art* menentukan posisi seseorang atau satu kelompok di dalam sebuah masyarakat. *Public art*, menjadi sebuah representasi visual yang diciptakan berdasarkan bingkai-bingkai ideologi, sosial dan politik. *Public art*, dengan demikian menentukan posisi ideologi dan kepercayaan satu masyarakat.²⁴

Namun, seiring dikuasainya ruang publik oleh komponen-komponen komersial, maka *visual art* dan dunia visual kita akan sangat ditentukan oleh idiom, bentuk atau gaya yang dikontrol pasar. Idealisme pasar mengatur idealisme sosial dan estetik. Ruang publik hanya akan menghasilkan kontradiksi sosial-*visual art* dan dunia visual yang seharusnya memperkaya pengalaman estetik, spiritual dan kemanusiaan, justru dijadikan sebagai alat untuk menggali kapasitas manusia yang pling

²³ Ibid., hlm. 327

²⁴ Ibid., hlm. 328

dangkal, yaitu hasrat. Di dalamnya, dunia citraan, menjadi sebuah dunia yang termodifikasi secara komersial, mengikuti irama produksi dan konsumsi, mengikuti mitos-mitos pasar yang mengalir tidak ada hentinya. Oleh karena citraan-citraan komersial tersebut lebih berfungsi sebagai satu bentuk rayuan (sebagai layaknya wanita pajangan dalam iklan dan pameran) maka yang dipentingkan oleh citraan-citraan tersebut bukanlah kedalaman makna dan sublimasi estetik, melainkan keterpesonaan, provokasi dan kepuasan sesaat.²⁵

Dampak kemudian yang terjadi adalah terciptanya kedangkalan visual, yang mencerminkan pula kedangkalan hidup masyarakat konsumen kita. Masyarakat modern sekaligus kontemporer ini digiring ke dalam sebuah tamasya pengembaraan dan ilusi-ilusi gaya hidup yang sebetulnya tidak dibutuhkan mereka. Ilusi-ilusi gaya hidup (*shopping mall*) diproduksi dan dipublikasikan sedemikian rupa, sehingga ia menjadi kebutuhan.

Untuk itulah ide Habermas tentang ruang publik begitu kompleks. Ruang publik yang di dalamnya menyimpan begitu banyak kajian keilmuan tersebut, digunakan untuk membongkar dan mengembalikan eksistensi ruang publik yang telah pudar bahkan hilang karena kuatnya penguasaan sosio-kultur pada masyarakat oleh sistem kapitalisme ini. Kedemokrasian dapat dikatakan terlaksana dengan baik, salah satunya juga dengan terciptanya suatu ruang publik yang sesungguhnya. Ruang

²⁵ *Ibid.*, hlm. 329

dimana semua orang bisa ikut menyuarakan dan menyalurkan kepentingannya dengan bebas tanpa ada paksaan, hambatan dan jauh dari dominasi dan diskriminasi.

Hal tersebut seperti yang di suarakan komunitas Vespa Gembel melalui fashion, pakaian beserta atribut-atribut yang menempel padanya. Mereka berusaha menunjukkan ekspresi diri dan berbagai kepentingannya pada ruang publik (jalan). Bagi mereka jalanan merupakan ruang yang cukup strategis untuk berekspresi sekaligus menyampaikan berbagai kepentingan.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan sebuah pedoman bagi seorang peneliti agar tidak menyimpang dari prosedur dan tata cara ilmiah sehingga hasil penelitian mempunyai bobot ilmiah yang tinggi. Dalam melakukan penelitian ini, seperti sudah diuraikan dalam latar belakang. Bahwa awal mula saya tertarik melakukan penelitian terhadap sebuah komunitas jalanan, yaitu pada komunitas Vespa Gembel. Mereka menimbulkan multi-tarsir dari *style*-nya, yang mereka coba komunikasikan di ruang publik (jalanan) Yogyakarta. Mereka (komunitas Vespa Gembel) memberikan sebuah pesan melalui *style*-nya. Sebagaimana yang dibahas oleh Malcolm Barnard dalam bukunya *Fashion Sebagai Komunikasi*. Didalamnya di uraikan bahwa dalam *style* khususnya pada *fashion* dan pakaian adalah suatu bentuk cara untuk mengkomunikasikan pada orang lain tentang identitas sosial, seksual, kelas dan

gender. Maka tidak mengherankan jika fashion dan pakaian serat dengan bentuk-bentuk ideologis.

Saya dalam melakukan penelitian ini menurut jenisnya, merupakan penelitian lapangan (*field study research*) yang bermaksud mempelajari secara intensif tentang latar belakang, keadaan sekarang dan suatu interaksi sosial, individu, kelompok lembaga dan masyarakat.²⁶ Untuk itu penelitian ini dipergunakan metode kualitatif. Metode ini dipergunakan dengan mempertimbangkan, akan semakin mempermudah apabila dalam penelitian ditemukan suatu kenyataan baru atau kenyataan ganda di lapangan. Kemudian dengan metode kualitatif, hubungan antara peneliti dengan informan lebih akrab dan lebih dekat, sehingga dapat memperoleh data langsung yang lebih mendalam. Sekaligus, dengan memakai metode ini, lebih bisa peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.²⁷ Penelitian ini bersifat deskriptif yang bertujuan untuk mendiskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Pelaksanaannya tidak terbatas hanya sampai pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisa dan interpretasi tentang arti data tersebut.

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian terhadap komunitas Vespa Gembel yaitu di tempat-tempat nongkrong mereka. Tempat nongkrong tersebut yaitu, di Jalan Magelang (dekat pabrik Medari, Sleman), Jalan Magelang (lapangan

²⁶ Husaini Usman, dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996). hlm. 5

²⁷ Lexy Malong, *metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006).

Denggun, Kabupaten Sleman), dan Jalan Mangkubumi (sebelah selatan Tugu Jogja). Namun itu juga saya tidak menutup kemungkinan untuk melakukan penelitian di saat tour-tour keluar daerah. Sedangkan alasan pengambilan lokasinya, dikarenakan tempat-tempat tersebut merupakan tempat tongkrongan bagi komunitas Vespa, khususnya komunitas Vespa Gembel.

2. Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam penelitian ini diambil komunitas Vespa Gembel yang ada dalam lingkup komunitas Mataram Scooter Club (MSC) di Yogyakarta. Alasan mengambil komunitas vespa di Yogyakarta pada Mataram Scooter Club (MSC), karena komunitas Vespa ini adalah terbesar di Yogyakarta, bahkan tidak kurang sekitar wilayah Jawa Tengah juga ikut bergabung dalam komunitas vespa ini.

Sesuai etika penelitian, karena masalah yang dibahas adalah masalah yang sensitif dan pemberi data tidak ingin disebut namanya, maka nama-nama informan dalam hasil penelitian ini ada yang disamarkan (menggunakan nama samaran).²⁸ Dalam melakukan penelitian ini, karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga saya tidak dapat mengambil sampel dalam jumlah yang besar. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik purposive sampling yaitu anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian.²⁹ Sampel dapat diambil beberapa saja tanpa patokan khusus. Selanjutnya, bilamana dalam

²⁸ *Ibid.*, hlm. 103

²⁹ Husaini Usman, dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi*. hlm. 47

proses pengumpulan data sudah tidak lagi ditemukan variasi informasi, maka penelitian tidak perlu lagi untuk mencari informasi baru, proses pengumpulan informasi dianggap sudah selesai.³⁰

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, saya menggunakan teknik penggalan data, yang terbagi menjadi dua macam data, yaitu:

a. Data Primer

Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Nasution, bahwa penelitian naturalistik, penelitian sendirilah yang menjadi instrumen utama yang terjun kelapangan serta berusaha sendiri mengumpulkan informasi melalui observasi dan wawancara.

1) Observasi

Metode observasi biasa diartikan sebagai cara menghimpun data atau keterangan yang dilakukan dengan cara pengamatan atau pencatatan sistematis terhadap gejala-gejala sosial. Demi mendapatkan data yang jelas mengenai obyek yang diteliti.³¹

Dengan menggunakan metode observasi, saya mulai mengamati tindakan atau aktifitas komunitas Vespa Gembel dalam pergaulannya, karena dengan tindakan dan perilaku mereka, saya dapat mengartikan atau memaknai sebuah tindakan dan perilaku yang dilakukan komunitas Vespa gembel dalam pergaulan gaya

³⁰ Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003). hlm. 53

³¹ Anas Sudjono, *Teknik Dan Evaluasi Pengantar*, (Yogyakarta: Up. Rama, 1986). hlm.

hidup kesehariannya dan juga dalam pemahaman dan pemaknaan bentuk *fashion* dan gaya mereka. Kemudian hasil observasi ini saya jadikan data langkah awal dalam melakukan penelitian selanjutnya.

2) Wawancara (*interview*)

Metode wawancara atau *interview* suatu bentuk komunikasi verbal semacam percakapan yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Interview ini dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.³²

- a) Komunitas Vespa Gembel, yang disitu saya mengambil beberapa orang sebagai responden. Hal ini dilakukan untuk mengetahui seluk beluk masalah Vespa Gembel, entah itu dalam kehidupan sosialnya atau pun juga tentang *fashion* dan *style* transportasinya.
- b) Komunitas Vespa di Yogyakarta, yaitu pada Mataram Scooter Club (MSC) khususnya pada komunitas Vespa yang tidak *gembel*. Hal ini untuk memperoleh suatu tambahan pandangan tentang komunitas Vespa Gembel dari komunitas lain.

Dalam mengoprasikan metode wawancara ini, saya menggunakan interview terpimpin atau bebas terarah, artinya saya sudah menyiapkan beberapa pertanyaan yang akan diajukan

³² Lexy, J. Maleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. hlm. 186

kepada informan, akan tetapi wawancara yang saya kehendaki sifatnya tidak mengikat, sehingga bisa jadi muncul penambahan atau pengurangan pertanyaan. Metode ini juga saya gunakan secara langsung dengan melibatkan khususnya, komunitas Vespa Gembel di Yogyakarta dan mendatangi tempat tinggal mereka, secara spontan dan kondisional supaya lebih terasa dekat dan tidak ada rasa pembatas (*class*) antara peneliti dan yang diteliti, dan juga supaya terbentuk keterbukaan dan saling percaya.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pustaka-pustaka atau literatur serta dokumen-dokumen yang menunjang.

Pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dokumentasi dapat berupa buku-buku, ensiklopedi, majalah, makalah, jurnal-jurnal, dan tulisan-tulisan lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam hal ini foto-foto juga termasuk pada dokumentasi, karena bisa menjadi bahan tambahan yang berupa visual.

Data tersebut bisa berupa Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga MSC Yogyakarta dan foto sekaligus video rekaman saat kegiatan-kegiatan dari MSC Yogyakarta. Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data yang mendukung data primer yang diperoleh di lapangan.³³

³³ Nasution, *Metode Research Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004). hlm. 106

4. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Setelah data terkumpul, maka langkah berikutnya adalah pengolahan dan analisis data. Analisis data adalah upaya mencari atau menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan mengkajinya sebagai temuan bagi orang lain. Karena data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data kualitatif, maka saya menggunakan metode deskriptif analisis. Metode deskriptif analisis adalah metode analisis data yang menuturkan, menafsirkan serta mengklarifikasikan data-data atau informasi-informasi yang berkaitan dengan yang akan saya teliti kemudian dianalisis dengan membandingkan data-data tersebut dengan fenomena.³⁴

G. Sistematika Pembahasan

Penulisan penelitian skripsi ini di susun dengan sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab, yang rinciannya sebagai berikut:

Bab pertama (Bab I), berisi tentang latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Bab ini menjelaskan mengapa penelitian perlu dilakukan dan juga sebagai pijakan dan langkah awal untuk pembahasan selanjutnya.

Bab kedua (Bab II), bab ini berisi tentang sejarah vespa dan perkembangannya. Sejarah Yogyakarta sebagai lokasi penelitian dan juga

³⁴ Noeng Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarasan, 1998). hlm.

gambaran umum kota Yogyakarta ikut dalam pembahasan ini, khususnya tentang potret komunitas jalanan. Serta mendiskripsikan komunitas Vespa di Yogyakarta: Mataram Scooter Club (MSC) sebagai salah satu komunitas jalanan di Yogyakarta. Mulai dari sejarah dan perkembangannya.

Bab ketiga (Bab III), bab ini berisi tentang komunitas vespa gembel yang berada dalam lingkup Mataram Scooter Club (MSC) tersebut. Sekaligus membahas gambaran sosial budaya pada komunitas vespa gembel, mulai dari kemunculannya hingga perkembangannya. Serta membahas makna fashion dan ekspresi visual yang tampak pada komunitas vespa gembel. Serta membahas tentang gaya perlawanannya pada ranah ruang publik.

Bab keempat (Bab IV), merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan hasil analisa data serta saran-saran dari seluruh pembahasan yang ada dalam skripsi ini.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah diadakan penelitian secara mendalam tentang makna fashion dan style transportasi pada komunitas Vespa Gembel maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemunculan komunitas Vespa Gembel, khususnya pada lingkup Mataram Scooter Club (MSC) di Yogyakarta, dilatar belakangi oleh kegelisahan akan realita kehidupan. Di mana pada realitas sekarang yang diagung-agungkan dan dipentingkan adalah soal status sosial dan prestis. Hal tersebut, menjadikan masyarakat kontemporer sekarang pada umumnya begitu terasa gaya hidupnya hidonis dan materealistis, lebih khususnya dalam soal fashion dan style transportasi. Dengan kata lain kemunculannya merupakan perwujudan dari etos kemerdekaan kelas pekerja dan anak-anak muda kelas menengah-bawah, juga sebagai reaksi terhadap kebosanan mode era kontemporer sekarang yang didominasi oleh fashion dan style transportasi kelas atas.
2. Komunitas Vespa Gembel, ternyata melalui fashion dan style transportasinya telah mengkomunikasikan kegelisahan-kegelisahannya. Melalui kajian semiologis pada fashion dan style transportasi ‘gembel’ yang melekat pada identitas komunitas tersebut, ternyata menjadikan gaya alternatif yang menjadi budaya tanding (*counter culture*) terhadap budaya

mainstream yang begitu hedonis dan materialistis. Sekaligus, komunitas Vespa Gembel tersebut menjadikan mereka sebagai sub kultur pada dunia *bikers*. Komunitas ‘gembel’ ini merupakan simbol perlawanan kelas pekerja terhadap kelas borjuis pada ranah ruang publik (jalan).

B. Saran-saran

1. Untuk komunitas Vespa Gembel:

Hendaknya komunitas Vespa Gembel bisa mempertahankan karakteristiknya. Komunikasi antar komunitas bisa lebih ditingkatkan lagi, sehingga rasa persaudaraan dan kekeluargaan antar komunitas bisa lebih baik lagi. Kerjasama pun akan dapat berjalan dengan baik jika komunikasi antar komunitas saling terbuka dan saling pengertian.

Diusahakan pada komunitas Vespa Gembel tetap menjaga image yang baik terhadap masyarakat pada umumnya, entah dalam kegiatan bakti sosial atau pun kegiatan-kegiatan sosial lainnya.

2. Untuk masyarakat pada umumnya:

Diharapkan untuk tidak langsung menjastifikasi komunitas Vespa Gembel sebagai komunitas atau pun orang yang selalu berperilaku menyimpang dari tata nilai sosial, entah sebagai premanisme atau kriminalitas. Keberadaan mereka diharapkan bisa lebih diterima lagi sebagai keaneragaman yang dimiliki dalam dunia *bikers* dan juga dalam kehidupan sehari-hari.

C. Kata Penutup

Syukur alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang "Makna Style Transportasi pada Komunitas Vespa Gembel". Walaupun dengan usaha yang semaksimal mungkin, penulis menyadari karya ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu semua saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya dan dapat sebagai sumbangan pemikiran bagi yang berkepentingan. Semoga Allah SWT meridhoi dan menerima semua amal perbuatan kita. Amin.

Yogyakarta, 7 Juli 2010
Penulis,

(Badruzzaman Pranata Agung)
NIM. 06720039

DAFTAR PUSTAKA

- Aris, Eko SB Setyawan, Udik Kelik. 2010. *Buku Pintar Sepeda Motor*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Barker, Chris. 2009. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Barnard, Malcolm. 1996. *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Chaney, David. 1996. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Hunter S., Thomson. 2010. *Hell's Angels: Geng Motor Berbahaya Sedunia*. Yogyakarta: Garasi House Of Book
- Husaini Usman, dan Purnomo Setiady Akbar. 1996. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ibrahim, Idi Subandy. 2004. *Dari Nalar Keterasingan Menuju Nalar Pencerahan: Ruang Publik dan Komunikasi Dalam Pandangan Soejatmoko*. Yogyakarta: Jalasutra
- Idi Subandy Ibrahim, (ed). 1996. *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komuditas Indonesia*. Bandung: Jalasutra
- Malong, Lexy. 2006. *metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Mardalis. 1995. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara
- Muhadjir, Noeng. 1998. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasan
- Nasution. 2004. *Metode Research Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Syifuddin. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Tony, Thorne. 2008. *Kultus Anderground: Pengantar Untuk Memahami Budaya Kaum Muda Pascamodern*. Yogyakarta: The Continuum

Artikel dari Website:

Budi Suwarno 2008, “Perlawanan Vespa Gembel”,
<http://cetak.kompas.com/read/xml/2008/09/07/01120332/perlawanan.vespa.gembel>, diakses pada tanggal 16 Maret 2010

Lusiana Indriasari 2008, “Solidaritas “Tos-Tosan””,
<http://cetak.kompas.com/read/xml/2008/09/07/01133571/solidaritas.tos-tosan>, diakses pada tanggal 16 Maret 2010

PANDUAN WAWANCARA

PENELITIAN KOMUNITAS VESPA GEMBEL

1. Dari mana anda mengenal Vespa Gembel?
2. Apa arti Vespa Gembel menurut anda?
3. Bagaimana latar belakang sejarah dan perkembangan vespa gembel?
4. Makna-makna apa yang tersirat dalam Vespa Gembel?
5. Bagaimana perkembangan Vespa Gembel di Indonesia, khususnya di Yogyakarta?
6. Kenapa anda suka dengan Vespa?
7. Sejak kapan anda masuk dalam komunitas Vespa Gembel?
8. Apa tujuan dan visi anda ikut komunitas Vespa Gembel?
9. Bagaimana awalnya anda bisa menjadi scooterist dalam komunitas Vespa Gembel?
10. Apakah keluarga anda tahu anda masuk komunitas Vespa Gembel?
11. Bagaimana reaksi masyarakat terhadap keberadaan anda atau komunitas Vespa Gembel ini?
12. Apakah anda mendapatkan perlakuan diskriminatif karena anda seorang scooterist dari komunitas Vespa Gembel?
13. Bagaimana hubungan antar sesama dalam komunitas Vespa maupun dalam komunitas Vespa Gembel?
14. Apa saja yang anda lakukan ketika sedang berkumpul?
15. Apakah anda mempunyai kegiatan lain selain di komunitas?

DAFTAR INFORMAN
PENELITIAN KOMUNITAS VESPA GEMBEL

1. Mas Anggit : Wiraswasta
2. Mas Budi : Pemilik Bengkel
3. Mas ipong : Pemilik Counter Heandphone
4. Mas Kunciung : Pekerja Serabutan
5. Mas Totok : Pemilik Bengkel
6. Mas Harji : Pekerja Serabutan