

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Setiap orang memiliki hobi dan ketertarikan yang berbeda antar satu dengan lainnya. Dari berbagai macam hobi yang dilakukan manusia, salah satunya adalah hobi otomotif dengan menggunakan sepeda motor sebagai media. (Yoga,2012). Individu dengan kesamaan hobi dan kesenangan di bidang otomotif khususnya motor akan berkumpul dalam suatu komunitas (Nurbanaat & Desiningrum, 2018). Hadirnya klub motor berawal dari satu habitat atau ketertarikan yang sama, misalnya merek motor dari satu pabrikan tertentu, semakin banyak produk motor baru yang dibuat maka bisa memicu munculnya komunitas atau klub motor yang baru (Nurhijrah, 2019).

Perbedaan antara komunitas motor dan geng motor sangat mencolok. Komunitas motor memiliki visi misi dan juga aturan-aturan yang jelas dan dijunjung tinggi oleh anggota komunitas tersebut. Sedangkan geng motor tidak memiliki acuan visi misi dan juga aturan yang mengatur anggotanya, sehingga para anggota dari geng motor bertindak sesuka hati tanpa memikirkan dampak yang akan ditimbulkan. Tata cara berkendara di jalan menjadi indikator yang paling mudah untuk membedakan antara komunitas motor dan geng motor. Kemudian perilaku arogansi saat berkendara di jalan selalu diperlihatkan oleh geng motor sebagai representasi kekuatan dan kekuasaan mereka. Tidak jarang mereka

akan melakukan tindakan kekerasan di jalan untuk meminta jalan kepada pengendara lain (Firdaus, 2023).

Banyaknya jenis motor membuat orang ingin membentuk suatu komunitas motor atau yang disebut klub motor untuk mempermudah berinteraksi dengan sesama penghobi motor. Adanya jenis dan tipe kendaraan sepeda motor roda dua yang beredar, banyak pengendara yang memodifikasi motornya dengan tujuan agar terlihat “berbeda” dibanding dengan motor yang baru dikeluarkan dari pabrik (Nurbanaat & Desiningrum, 2018). Bandung merupakan salah satu kota yang dikenal akan banyaknya keberadaan klub motor. Keberadaan klub motor di Kota Bandung bukan merupakan fenomena baru, akan tetapi telah dimulai dari tahun 1980-an, yaitu pada saat terbentuknya klub motor *Brotherhood* yang awalnya merupakan kumpulan para penggemar motor tua, *De Motor'87* (Nurhijrah, 2019).

Salah satu komunitas motor yang hadir di Bandung juga adalah *The Crow*. *The Crow* merupakan komunitas motor maxi asal Bandung. *The Crow* hadir menjadi wadah bagi orang-orang yang ingin menyalurkan hobinya dibidang otomotif yaitu motor. *The Crow* sudah ada sejak tahun 2020, saat ini jumlah anggota dari *The Crow* ini sudah mencapai 130 anggota yang tergabung didalamnya yang merupakan pria di usia muda berkisar usia 18-30 tahun. Usia tersebut disebut dengan *emerging adulthood* karena individu tengah berada di usia akhir remaja hingga pertengahan dua puluh dan merasa bahwa mereka belum mencapai kedewasaan.

*Emerging adulthood* masih di dominasi usia pelajar, mahasiswa atau pekerja yang di fase ketidakstabilan finansial yang membuat individu diusia ini masih bergantung pada orangtua (Arini, 2021). *Emerging adulthood* merupakan masa dimana individu sedang dalam masa mobilitas, eksplorasi identitas, gaya hidup, dan relasi. Banyak cara yang bisa dilakukan individu yang berada pada usia *emerging adulthood* untuk menjalin relasi, tidak menutup kemungkinan bahwa lingkup sosialnya akan bertambah banyak sehingga masuk kedalam suatu komunitas dengan nilai yang sama merupakan cara individu menjalin relasi (Permana & Astuti, 2021). Perubahan-perubahan di tahap *emerging adulthood* terjadi baik secara fisik, biologis maupun psikologis dan sosial. Pada masa ini jika individu *emerging adulthood* tidak memperoleh kepuasan dimasa kanak-kanak maka ia akan mencarinya ketika ia dewasa, karena ketika dari kecil seorang anak dibiasakan dengan pujian dan penghargaan maka ketika ia dewasa ia akan terbiasa dengan mencari pujian dan penghargaan untuk memenuhi kepuasan dirinya. Namun tanpa disadari hal itu membuat anak menjadi cenderung memiliki perilaku narsistik (Pohan, 2017).

Dikalangan komunitas motor, banyak dilihat fenomena kecenderungan narsistik seperti verfokus kepada penampilan, hal ini berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan *founder The Crow*, menyatakan *The Crow* ini menjadi wadah untuk kaula muda untuk bisa eksis, *The Crow* juga memiliki akun media sosial yang bisa menjadi jalan untuk memperluas relasi dan eksistensi. Dilansir dari sosial media Instagram ditahun 2023, *The Crow* memiliki pengikut

instagram yang cukup banyak dengan jumlah yaitu 7.731 pengikut. *The Crow* memiliki berbagai aktivitas-aktivitas rutin yang sering dilakukan.

*The Crow* memiliki berbagai aktivitas yang bisa menjadi ajang bagi kaula muda merajut relasi dengan sesama rekan komunitas seperti kopdar (kopi darat), *touring* gabungan, *riding*, dll. *kopdar* atau kopi darat merupakan kegiatan nongkrong yang dilakukan di tempat yang di hadiri oleh pada anggotanya. Kopdar terkadang dilakukan sekitar satu minggu sekali, untuk tempat akan ditentukan oleh ketua komunitas atau bisa di lakukan di *homebase The Crow* itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu anggota *The Crow*, mengatakan bahwa dengan mengikuti *The Crow*, ia menemukan saudara baru, dan merasa keren karena ia bisa bertemu dengan berbagai individu dari komunitas motor lainnya, khususnya komunitas maxi, dengan menjadi bagian dari *The Crow* juga bisa ia dikenal oleh berbagai komunitas maxi lainnya dengan membawa nama *The Crow*.

Trend modifikasi motor merupakan kegiatan yang lumrah dilakukan di dalam komunitas motor, berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu anggota *The Crow* ia mengatakan bahwa banyak dari anggota nya yang memang melakukan modifikasi motor seperti pada bagian velg, visor, lampu dan namun penggunaan *fashion item* juga menjadi hal wajib juga seperti menggunakan *merchandise The Crow* seperti bomber jaket anggota sebagai tanda bukti keanggotaan, stiker yang digunakan ketika melakukan kegiatan dengan anggota *The Crow* lainnya. Menurutnya modifikasi motor itu penting namun penggunaan *fashion item* menjadi gengsi bagi pengendaranya itu sendiri. Selain itu, agar

diakui dalam kelompok sosial tak sedikit dari anggota komunitas motor membeli aksesoris motor yang tidak sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Selain itu, kebanyakan dari anggota ketika memodifikasi motornya, mereka tidak memperdulikan seberapa besar biaya yang sudah dikeluarkan.

Komunitas motor menimbulkan pendapat pro dan kontra di masyarakat, bahwa anggota klub motor biasanya dikenal suka memodifikasi motornya sedemikian rupa sehingga motor mereka jadi lebih unik, nyentrik, dan lain dari yang lain, sehingga klub motor mampu dijadikan sarana untuk menuangkan kreativitas melalui modifikasi motornya. Namun komunitas motor juga sering dianggap melakukan tindakan anarkis, diskriminasi dan arogan terhadap orang-orang yang mereka anggap tidak seperti mereka, karena mereka selalu menganggap dan menjunjung pemikiran bahwa klub motor merekalah yang paling baik dan paling benar (Cantika,2023).

Menurut Lubis (1993) terdapat berbagai faktor penyebab seseorang cenderung menjadi narsistik, antara lain faktor keturunan dan faktor lingkungannya. Namun sesuatu yang berlebihan dalam mencintai diri sendiri tidak selamanya baik, hal tersebut dapat membuat kita lupa akan empati terhadap orang lain bahkan terkadang dapat menjadikan orang lain merasa terganggu karena kita hanya mengutamakan kesenangan diri sendiri (Akmal & Prahara, 2020). Permasalahan bisa muncul karena individu membutuhkan perhatian yang berlebih terhadap diri sendiri, kebutuhan untuk dikagumi dan diberikan pujian atas apa yang telah dia lakukan dan tanpa disadari mengganggu orang lain ataupun dirinya sendiri (Hardjanta dalam Kristanto & Psikologi, 2012).

Narsistik biasanya timbul akibat dari pujian dan penghormatan yang diterima berulang kali dari individu lain, bukan hanya mengenal gejalanya melainkan penyebabnya. Kebutuhan akan kebanggaan yang berlebihan, menuntut suatu hak, dari gaya interpersonal yang bersifat eksploitasi, kurangnya rasa empati, iri pada orang lain atau percaya bahwa orang lain iri hati, serta perilaku dan sikap yang arogan (Halgin dan Susan, 2010). Kecenderungan narsistik digambarkan dengan orang yang terlalu berlebihan dalam mencintai dirinya sendiri, mengerjakan sesuatu dengan cara mereka sendiri dan sering kali ambisius untuk mencari pengaguman (Liftiah dalam Khairat et al., 2019). Individu yang memiliki narsistik yang tinggi akan merasa bahwa dirinya baik, merasa dirinya luar biasa, selalu ingin dipuji, melakukan apa saja dengan berani, suka menjadi pusat perhatian, mencoba untuk memamerkan, mengikuti tren terkini, dan senang terhadap penampilan fisiknya (Najib et al., 2018).

Terdapat perbedaan narsistik antara laki-laki dan wanita yaitu wanita cenderung mengarah pada *body image*, keindahan fisik dan seksualitas untuk mendapatkan kekaguman dari laki-laki. Sedangkan laki-laki cenderung berfokus pada intelegensi, kekuatan (*power*), agresi, yang dan status sosial untuk memenuhi keunggulan citra diri mereka yang salah (dalam Sembiring, 2017). Pria cenderung menampilkan kemegahan, keegoisan yang lebih dan kekaguman untuk membangun “perbedaan” mereka dibanding wanita. Sebaliknya wanita, cenderung mengidentifikasi diri agar sesuai dengan orang lain atau dengan ibunya.

Individu dengan kecenderungan narsistik biasanya memiliki kebutuhan akan dikagumi sehingga untuk memenuhi kebutuhan tersebut individu akan masuk kedalam komunitas tertentu untuk menunjukkan bahwa dirinya baik, merasa dirinya luar biasa, ingin dipuji, menjadi pusat perhatian (Akmal & Prahara, 2020). Hal ini pun terjadi pada komunitas motor *The Crow* banyak dari anggota nya yang saat ini memodifikasi motornya seperti mengganti knalpot, *velg*, lampu, *visor* dan *repaint* motor. Lalu pada penggunaan *fashion item* yang menjadi gengsi bagi penggunanya yang membuat individu cenderung menggunakan brand untuk memenuhi rasa gengsi dihadapan anggota lainnya seperti penggunaan *Arai*, *Prostreet*, *erigo* yang menjadi tren dikalangan komunitas motor sehingga item tersebut biasanya digunakan ketika individu berkumpul bersama komunitas motor lainnya seperti aktivitas *sunmori*, *nightride*, *kopdar*, *touring*. Penggunaan brand tertentu merupakan salah satu elemen penting dalam mendukung penampilan dan presentasi diri mereka dengan harapan akan di terima dalam kelompok yang dikehendakinya (Aprilia & Mahfudzi, 2020).

Individu dengan kecenderungan narsistik cenderung mengikuti trend terkini untuk mendapatkan pengaguman dan popularitas sehingga individu cenderung akan menghabiskan aktivitasnya untuk mencari kesenangan duniawi, banyak menghabiskan waktu diluar rumah, suka membeli barang yang branded, senang pada keramaian kota, serta suka menjadi pusat perhatian yang bisa mengarahkan pada gaya hidup hedonisme (Setianingtyas,2021). Gaya hidup hedonisme dapat dilihat dari cara seseorang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan mengalokasikan waktu mereka (Mowen & Minor,

2002). Gaya hidup hedonisme bukan hanya dimiliki oleh individu dengan status sosial ekonomi menengah keatas saja, akan tetapi individu dengan status sosial ekonomi yang rendah bisa melakukan gaya hidup hedonisme dengan rela tidak membelanjakan uang sakunya demi sesuatu yang mereka inginkan (Salsabil, 2019).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis seseorang adalah sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, motif, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga, dan kebudayaan (Hadi et al., 2013). Komunitas motor bisa menjadi salah satu referensi kelompok sosial yang pengaruh dimana menjadi anggota dari kelompok tersebut dan saling berinteraksi langsung didalamnya. Gaya hidup hedonisme ini marak terjadi di komunitas motor seperti yang terjadi pada komunitas *The Crow*. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah satu anggota *The Crow* mengatakan terdapat beberapa syarat khusus untuk menjadi anggota *The Crow* yaitu 1. Diwajibkan minimal dua kali mengikuti kopdar untuk menjadi anggota aktif atau menjadi anggota baru, 2. Diwajibkan kepada anggotanya untuk menggunakan atribut sebagai identitas nya seperti stiker khusus, dan penggunaan *merchandise*. penggunaan *fashion item* dan kewajiban untuk mengikuti aktivitas di dalam komunitas ini bisa mengarahkan pada gaya hidup hedonisme. Dimana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan individu akan melakukan caranya sendiri melalui perjuangan yang menyesuaikan tempat individu berada, tindakan tersebut dilakukan individu bertujuan untuk mendapatkan kesenangan dan

kenikmatan hidup merupakan ajaran atau pandangan dari pengertian hedonisme menurut Takariana (Felicia, Elvinawaty, & Hartini, 2014).

### 1.3 Identifikasi Masalah

*The Crow* merupakan komunitas motor yang didalamnya di dominasi oleh individu berusia 18-29 tahun, kebanyakan anggota dari *The Crow* ini merupakan pria ditahap *emerging adulthood*. Usia ini disebut dengan *emerging adulthood* karena individu tengah berada di usia akhir remaja hingga pertengahan dua puluh dan merasa bahwa mereka belum mencapai kedewasaan. Perubahan-perubahan di tahap *emerging adulthood* terjadi baik secara fisik, biologis maupun psikologis dan sosial. Pada masa ini jika individu *emerging adulthood* yang tidak memperoleh kepuasan dimasa kanak-kanak maka ia akan mencarinya ketika ia dewasa, seperti ketika kecil anak cenderung sering mendapatkan pujian sehingga bisa terbawa hingga dewasa. Ketika ia dewasa ia akan terbiasa dengan mencari pujian dan penghargaan untuk memenuhi kepuasan dirinya. Namun tanpa disadari hal itu membuat anak menjadi cenderung memiliki perilaku narsistik (Pohan, 2017).

Individu dengan kecenderungan narsistik biasanya memiliki kebutuhan akan dikagumi sehingga untuk memenuhi kebutuhan tersebut individu akan masuk kedalam komunitas tertentu untuk menunjukkan bahwa dirinya baik, merasa dirinya luar biasa, ingin dipuji, menjadi pusat perhatian (Akmal & Prahara, 2020). Terdapat perbedaan narsistik antara laki-laki dan wanita yaitu laki-lakicenderung menampilkan kemegahan, keegoisan yang lebih dan kekaguman untuk membangun “perbedaan“mereka dibanding wanita. Sebaliknya wanita, cenderung

mengidentifikasi diri agar sesuai dengan orang lain atau dengan ibunya untuk mendapatkan perhatian. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu anggota ia mengatakan penggunaan *fashion item* yang menjadi gengsi bagi penggunanya yang membuat individu cenderung menggunakan brand untuk memenuhi rasa gengsi dihadapan anggota lainnya seperti penggunaan *Arai, Prostreet, erigo* yang menjadi tren dikalangan komunitas motor sehingga item tersebut biasanya digunakan ketika individu berkumpul bersama komunitas motor lainnya seperti aktivitas *sunmori, nightride, kopdar, touring*. Narsistik biasanya timbul akibat dari pujian dan penghormatan yang diterima berulang kali dari individu lain, bukan hanya mengenal gejalanya melainkan penyebabnya. Kebutuhan akan kebanggaan yang berlebihan, menuntut suatu hak, dari gaya interpersonal yang bersifat eksploitasi, kurangnya rasa empati, iri pada orang lain atau percaya bahwa orang lain iri hati, serta perilaku dan sikap yang arogan (Halgin dan Susan, 2010).

Individu dengan kecenderungan narsistik cenderung mengikuti trend terkini untuk mendapatkan pengaguman dan popularitas sehingga individu cenderung akan menghabiskan aktivitasnya untuk mencari kesenangan duniawi, banyak menghabiskan waktu diluar rumah, suka membeli barang yang branded, senang pada keramaian kota, serta suka menjadi pusat perhatian yang bisa mengarahkan pada gaya hidup hedonisme (Setianingtyas,2021). Gaya hidup hedonisme ini marak terjadi di komunitas motor seperti yang terjadi pada komunitas *The Crow*. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah satu anggota *The Crow* mengatakan terdapat beberapa syarat khusus

untuk menjadi anggota *The Crow* yaitu 1. Diwajibkan minimal dua kali mengikuti kopdar untuk menjadi anggota aktif atau menjadi anggota baru, 2. Diwajibkan kepada anggotanya untuk menggunakan atribut sebagai identitas nya seperti stiker khusus, dan penggunaan *merchandise*. Dimana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan individu akan melakukan caranya sendiri melalui perjuangan yang menyesuaikan tempat individu berada, tindakan tersebut dilakukan individu bertujuan untuk mendapatkan kesenangan dan kenikmatan hidup merupakan ajaran atau pandangan dari pengertian hedonisme menurut Takariana (Felicia, Elvinawaty, & Hartini, 2014).

Banyaknya penelitian tentang gaya hidup dan kecenderungan narsistik hedonisme pada wanita, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Septiana (2020) mengatakan bahwa subjek yang merupakan wanita dalam penelitian ini ingin memenuhi gaya hidup hedonisme sehingga menjadi sugar baby. Maka dari itu dari hasil penjabaran masalah diatas peneliti ingin melakukan penelitian tentang kecenderungan narsistik dan gaya hidup hedonisme apabila terjadi pada pria dengan mengkaji lebih lanjut adakah hubungan kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow*?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan penelitian ini adalah melihat hubungan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow*.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Melalui penelitian ini diharapkan adanya kontribusi teoritis yang berguna untuk memberikan pemahaman dalam bidang psikologi pada umumnya, psikologi sosial khususnya mengenai hubungan antara kecenderungan narsistik dengan gaya hidup hedonisme pada pria anggota *The Crow* (Bandung).

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada anggota komunitas agar dapat bersikap lebih hati-hati dalam memilih dan berinteraksi dengan lingkungan sosial sehingga pola gaya hidup hedonisme dan perilaku narsistik nya menjadi lebih bersifat positif.
- b. Untuk anggota komunitas motor agar dapat memanifestasikannya ke dalam bentuk gaya hidup yang lebih baik seperti gaya hidup sehat dan nantinya bisa memilah kebutuhan konsumtif yang dibutuhkan agar tidak terjerumus pada pola gaya hidup yang hedonisme dan perilaku kecenderungan narsistik. Dan individu bisa mengurangi gaya hidup hedonisme dengan membeli atau menggunakan barang sesuai kebutuhan sehingga terhindar dari kecenderungan narsistik yang merugikan diri ataupun oranglain.