

“GAYA HIDUP ANGGOTA AUTO CLUB DI PEKANBARU”

By : Shandora Sicilia

sandorasicilia@yahoo.com

Supervisor : Prof.Dr.Yusmar Yusuf,M.Psi

Program Study Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km.12,5
Simpang Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0861-63277

ABSTRACT

This research will be done at the end of 2014 with the aim to know how life style members Auto Community, which is in Pekanbaru and to know what these factors that affect life style and how to spare time members use Auto Community, which is in Pekanbaru. Auto Club is a community social groups in the form that his members are not only to communicate but also interact. There is a process interaction in-depth in this group among the members that one and the other. Life style members Auto Club is generally well-known becomes hedonist. They were too materials to glorify the beauty, one of which is owned car.

To find out the result, the authors use technical research data collection with observation, interviews and questionnaires. This research will be done in Pekanbaru Diponegoro Street condition will be taken as many as 1 club, namely TKCI Auto Club with the number of members as many as 40 people. I made 23 people from members TKCI as research respondents or samples.

Results of these studies indicate that there had been on the member Auto Community Indonesia-Pekanbaru, Specific Toyota Kijang Club of Indonesia's influence ekstren Pekanbaru because of the influence of the environment and the media and added with a state financial The management that support them. spare time most of them using time to come together with their friends, but some of them there are some who spent time to spare to play games online and some of those seeking additional work as well as gardening or success and others.

Result of this research is expected to be able to provide a clearer picture common to all parties that need information about life style members Auto Community Indonesia in Pekanbaru.

Key words : Life style, Auto Community, the consumption, spare time

A. Pendahuluan

Latar Belakang

Komunitas Otomotif atau dikenal dengan Auto Community kini semakin marak ditemui di kota-kota Indonesia, salah satunya Pekanbaru. Kehadiran komunitas-komunitas semacam ini memang tidak terlepas dari kehidupan masyarakat urban, yang secara ekonomi mereka telah mapan dan akses terhadap benda-benda ekonomi sangatlah mudah. Mereka inilah yang disebut oleh Veblen sebagai *The Leisure Class*. Penelitian ini dimaksudkan untuk menggali motivasi dan gaya hidup dari mereka yang bergabung pada komunitas otomotif yang ada di Pekanbaru dan apakah keanggotaan mereka di dalam komunitas tersebut berpengaruh pada gaya hidup dan keseharian mereka.

Fenomena komunitas otomotif telah menjadi bagian yang integral dari sebuah peradaban moderen. Komunitas-komunitas tersebut, walaupun mungkin jumlah anggotanya tidak terlalu banyak, tetapi dapat kita jumpai hampir di seluruh kota besar di Indonesia. Komunitas otomotif sendiri terbagi menjadi dua bagian besar, yaitu komunitas untuk motor dan mobil. Masing-masing dari mereka dapat dikatakan memiliki sikap bermusuhan satu sama lainnya, hal ini dikarenakan prasangka anggota komunitas motor dan komunitas mobil terhadap satu sama lain. Dalam penelitian ini akan berfokus pada komunitas mobil, karena walaupun jumlah anggota kalah dengan komunitas motor, akan tetapi anggota komunitas ini diidentikkan dengan gaya hidup hedonis, yang memuja materi dan individualistik. Kota Jakarta, Bandung, dan Surabaya, adalah tiga kota dengan

anggota komunitas Auto-Club terbesar di Indonesia. Motif utama individu untuk bergabung dalam sebuah klub otomotif adalah untuk menjalin hubungan sosial dengan orang-orang yang memiliki hobi sama yaitu kegemaran akan otomotif. Mereka merasa bahwa berkumpul dengan orang-orang yang berhobi sama adalah sesuatu yang menyenangkan, sehingga agenda tetap perkumpulan-perkumpulan tersebut biasanya adalah nongkrong bareng atau touring/penjelajahan.

Ketertarikan individu dan masyarakat pada otomotif rata-rata muncul karena pengaruh dari lingkungan sekitar, terutama dari orang-orang terdekat yaitu orang tua, teman sebaya, atau pacar. Mobil lebih dari sekedar alat transportasi belaka (nilai pakai). Tetapi, mobil juga sebagai citra diri penggunaannya. Mobil menjadi simbol dari kelas sosial, selera, identitas, dan kepribadian seseorang. Dalam kegiatan konsumsi berkaitan dengan hobi dan kecintaan individu terhadap mobilnya, maka para individu adalah konsumen-konsumen yang royal dalam membelanjakan uang untuk kebutuhan otomotif. Nilai paling rendah yang disebutkan anggota klub untuk perawatan standar adalah 500 ribu rupiah. Sementara, untuk modifikasi semua anggota klub sepakat bahwa nilainya akan lebih dari satu juta untuk sekali modifikasi.

Auto Club adalah suatu komunitas dalam bentuk kelompok sosial yang anggotanya tidak hanya berkomunikasi namun juga berinteraksi. Ada proses interaksi mendalam dalam kelompok ini antara anggota yang satu dan yang lainnya. Gaya hidup anggota Auto Club ini pada umumnya terkenal hedonis. Mereka terlalu

mengagungkan keindahan materi yang dimiliki, salah satunya mobil. Untuk modifikasi saja anggota Auto Club biasanya rela menyisir kantong uangnya dengan jumlah besar.

Hal ini mengindikasikan bahwa komunitas-komunitas tersebut telah bertumbuh menjadi segmen pasar yang potensial bagi para produsen, salah satunya TKCI Auto Club. Toyota Kijang Club Indonesia Pekanbaru diresmikan pada tanggal 12 Maret 2011. Club ini didirikan dengan tujuan sebagai wadah untuk para penghobi otomotif terutama para pecinta Toyota kijang (semua jenis dan tahun) untuk berkumpul, menambah teman, ataupun menambah wawasan tentang dunia otomotif khusus-nya Toyota Kijang (Findeen, anggota TKCI). Walaupun (TKCI) Pekanbaru ini baru berdiri di kota bertuah, namun telah dapat bersaing secara lebih/sportif dengan tim-tim mobil yang telah berdiri di kota Pekanbaru pada sebelum-nya. Solidnya hubungan antara individu dalam kelompok membuat kekompakan mereka terhadap segala hal hampir sama. Selaju perkembangan zaman maka tingkat kebutuhan mereka terhadap style dan modifikasi semakin tinggi. Tingkat selera mereka terhadap hal-hal sepele menjadi fokus utama mereka dalam bertindak. Ini membuat suatu pandangan terhadap mereka sebagai kelas pemboros. Ini membuat menjadi menarik untuk memahami motivasi dan gaya hidup mereka serta keterkaitannya dengan pola konsumsi mereka.

Kehidupan sehari-hari mereka yang unik sangat menarik untuk diteliti. Perilaku kehidupan mereka ada juga bermanfaat bagi kehidupan sekitarnya. Seperti jiwa

sosial mereka yang suka membantu. Contohnya di saat ada bencana di Negeri ini, para Auto Club ini sangat antusias mencari bantuan untuk para korban bencana. Namun sisi negatif dari kehidupan mereka adalah para anggota club ini suka berkumpul atau nongkrong tanpa batas waktu, dan mereka juga identik dengan kehidupan malam.

Gaya hidup anggota Auto Club yang terkenal dengan kehidupan hidonis. Auto Club juga mempunyai sisi baik dari segi sosial dimana anggota Auto Club juga berperan besar dalam pengumpulan dana-dana yang positif untuk membantu saudara-saudaranya sedang kesusahan seperti bencana di negri ini (bencana senabung) dimana bencana sinabung menelan banyak korban, anggota Auto Club dapat mengumpulkan dana sosial bisa dikategorikan besar, kurang lebih Rp. 20.000.000 dana ini didapatkan dari setiap tim Auto Club yang ikut turun langsung kelapangan meminta sumbangan disetiap titik lampu merah yang ada didaerah Pekanbaru, dana diserahkan kepada ketua pelaksana Auto Club RESTAR(rac). Dana yang telah terkumpul langsung diulurkan dengan cara anggota Auto Club langsung turun ketempat bencana salah satunya bencana alam di Senabung (medan). Dengan cara menempuh jalan darat ketua pelaksana membawa perwakilan dari setiap tim untuk ikut serta langsung menyerahkan dana yang telah terkumpul. Dana yang dikumpulkan tidak diaudit dengan pasti semua tim hanya menyerahkan hasil yang mereka dapatkan kepada ketua pelaksana dan semuanya lebih dibebankan kepada ketua pelaksana. Masalah kejahatan yang terselubung

tidak diketahui karena sifat dari pengumpulan dana ini transparan dan hanya pelaksana dari kegiatan dana sosial inilah yang mengetahui keseluruhan dana yang dikumpulkan dan yang akan disalurkan kepada korban bencana.

TKCI selain merupakan bentuk komunitas Auto Club, TKCI juga melakukan berbagai kegiatan positif yang lainnya, baik itu dalam pengumpulan dana ataupun melakukan kegiatan seperti perdagangan. Anggota dari TKCI sebagian menjalankan aktifitas perdagangan (online shop) seperti menjual barang-barang dalam bentuk gantungan kunci, baju, tas, sepeda mobil dan banyak lainnya.

Hal ini mengindikasikan bahwa komunitas-komunitas tersebut telah bertumbuh menjadi segmen pasar yang potensial bagi produsen. Dan ini menjadi menarik bagi saya sebagai penulis untuk meneliti dan mengangkat judul tentang Gaya Hidup Anggota Auto Club di Pekanbaru.

Tujuan Penelitian

Secara garis besar tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan gaya hidup anggota auto club di Pekanbaru. Namun secara khusus penelitian bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana gaya hidup anggota Auto Community yang ada di Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup dan bagaimana cara memanfaatkan waktu luang anggota Auto Community yang ada di Pekanbaru.

B. Kajian Pustaka

1.1. Konsep Gaya Hidup

Istilah gaya hidup pertama kali diperkenalkan oleh Max Weber. Ia menyatakan status sosial terutama ditentukan oleh gaya hidup orang, lebih ditentukan oleh cara orang menghemat ketimbang cara orang memproduksi. Namun gagasan gaya hidup melampaui perbedaan pola konsumsi. Istilah itu juga merujuk pada pola perilaku individu yang mempunyai pilihan, meski mereka mempunyai sumber daya yang sama. Pilihan itu termasuk mode pakaian, cara menggunakan waktu senggang, keanggotaan kelompok, menggunakan obat, dan cara perawatan kesehatan. (Steven Vago: 1996 215-216)

1.2. Bentuk-Bentuk Gaya Hidup

Menurut Chaney (dalam Subandy, 2007) ada beberapa bentuk gaya hidup, antara lain :

- a. Industri Gaya Hidup
- b. Iklan Gaya Hidup
- c. Public Relation and Journalism.
- d. Gaya hidup mandiri.
- e. Gaya hidup hedonis.

Menurut Ritzer (2005: 373-374) lebih melihat kepada sarana konsumsi baru (*the new means of consumption*) konsep ini merupakan bagian dari perangkat fenomena yang berkaitan barang dan jasa : produksi, distribusi, periklanan, pemasaran, penjualan, cita rasa individu, style dan fashion.

1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut pendapat Armstrong (dalam Nugraheni, 2003) gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk

mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjut Amstrong (dalam Nugraheni, 2003) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada dua faktor, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

Analisis Kelompok Sosial Sebagai Wadah dari Auto Club

Manusia merupakan makhluk sosial. Dimana dalam kehidupannya manusia tidak dapat hidup tanpa orang lain, baik dalam memenuhi kebutuhan individu tersebut maupun dalam rangka pemecahan masalah-masalah yang dihadapi oleh individu tersebut. Oleh karena itu interaksi-interaksi dalam kelompok, komunitas dan berbagai perkumpulan lainnya merupakan sebuah kebutuhan bagi setiap individu.

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama dan berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya dengan keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah atau suatu komite yang tengah berkumpul untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Menurut Bierstedt dalam Wiryanto (2005), membedakan jenis

kelompok menurut tiga kriteria, yaitu :

- a. Organisasi.
- b. Hubungan sosial diantara kelompok.
- c. Kesadaran jenis.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

1.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pekanbaru Jalan Diponegoro. Lokasi ini dipilih sebagai lokasi penelitian yang secara sengaja diambil. Dengan pertimbangan lokasi ini terdapat banyak club yang bisa dijadikan sebagai objek penelitian. Dan peneliti sangat memahami daerah ini, sehingga memudahkan peneliti untuk mencari informasi dan data yang peneliti perlukan.

1.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Auto Club yang aktif berkumpul di Jalan Diponegoro berjumlah 22 klub dengan seluruh anggotanya berjumlah 606 orang. maka dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah *purposive Sampling*. Yaitu sampel yang diambil sudah memenuhi kriteria-kriteria yang

dianggap peneliti bisa dijadikan responden dan dapat mewakili semua Auto Community.

Penelitian ini dilakukan di Pekanbaru Jalan Diponegoro dimana akan diambil sebanyak 1 club saja yaitu TKCI Auto Club dengan jumlah anggota sebanyak 40 orang. Penulis hanya menjadikan 23 orang dari anggota TKCI sebagai responden penelitian atau sampel karena sulitnya menemui responden pada saat penelitian.

1.3. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh oleh peneliti selanjutnya diolah menurut tahap berikutnya. Dilakukan dengan menganalisa data menurut tahapan jenis dan sifat agar dapat ditarik kesimpulan, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif Deskriptif. Analisis ini ditujukan untuk mengumpulkan informasi secara aktual dan terperinci, mengidentifikasi masalah, membuat perbandingan atau evaluasi, dan menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

D. GAYA HIDUP ANGGOTA AUTO COMMUNITY YANG ADA DI PEKANBARU

Pola Konsumsi

Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup bisa dilihat dari cara berpakaian, kebiasaan, dan lain-lain.

Gaya hidup bisa dinilai relatif tergantung penilaian dari orang lain. Gaya hidup juga bisa dijadikan contoh dan juga bisa dijadikan hal tabu.

Menggunakan Mobil Kijang

Toyota Kijang awalnya adalah model kendaraan niaga yang kemudian bertransformasi menjadi mobil keluarga buatan Toyota, dan merupakan kendaraan paling populer untuk kelas MiniBus di Indonesia. Toyota Kijang hadir di Indonesia sejak tahun 1975 dan saat ini merupakan salah satu model Toyota yang sukses secara komersial sampai sekarang. Sehingga berbagai varian dan generasi mobil ini dapat ditemukan dengan mudah di seluruh pelosok Indonesia.

Biaya Perjalanan Menggunakan Mobil Kijang

Menurut asumsi penulis, biaya perjalanan yang dikeluarkan responden menggunakan mobil kijang sebenarnya tergantung bagaimana penggunaannya, karena responden sebagai anggota Toyota *Kijang* Club Indonesia Pekanbaru tentu tahu bagaimana cara mengirit biaya perjalanan dan lagi mereka mendapatkan dana jika menggunakan mobil kijang dalam rangka mempromosikan produk sponsor.

Biaya Merawat Mobil Kijang

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, menurut penulis semua biaya yang dikeluarkan responden untuk perawatan mobil kijang termasuk wajar jika kurang dari Rp. 200.000 per bulan, sedangkan untuk Rp. 200.000,- s/d Rp. 500.000,- merupakan anggaran yang cukup besar bagi mereka yang

memiliki pendapatan dibawah Rp. 3000.000 per bulan, melihat kebutuhan hidup yang harus dipenuhi setiap saat. Sedangkan mereka yang mampu mengeluarkan biaya lebih besar Rp. 500.000,- setiap bulan, perlu persiapan yang lebih terhadap anggaran dana yang mereka miliki. Melihat hobi mereka terhadap mobil kijang, menurut penulis mereka adalah orang-orang yang berkumpul dalam wadah yang sama untuk menyalurkan tujuan mereka terhadap hobi pada mobil kijang, sehingga sebagai anggota Toyota Kijang Club Indonesia Pekanbaru, hobi mereka terarah lebih baik.

Tempat Berbelanja

Kegiatan berbelanja merupakan aktivitas manusia sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan hampir setiap manusia dalam masyarakat melakukannya. Begitu juga dengan anggota auto community, adalah manusia yang mempunyai kebutuhan, apalagi untuk menyalurkan hobinya. Dalam pilihan tempat berbelanja, penulis menetapkan 3 tempat yang sering dikunjungi oleh responden berdasarkan hasil wawancara, melihat penampilan mereka menurut penulis sangat keren dan trendy, penampilan mereka jika dirata-ratakan cukup mewah tidak terlihat perbedaan yang mencolok kecuali ada beberapa orang yang berpenampilan lebih trendy. Intinya tidak terlihat penampilan yang berbeda dari cara mereka berbelanja.

Berpakaian

Dalam hal ini, penulis akan menggambarkan gaya berpakaian yang sedang tren dikalangan anggota auto community saat ini. Gaya

berpakaian saat ini merupakan hal yang menjadi penunjang kehidupan seseorang terutama sebagai anggota auto community, dengan gaya berpakaian seseorang akan menjadi lebih percaya diri, lebih terlihat menarik. Gaya berpakaian dari seorang dapat menjadi perhatian bagi seseorang.

Pilihan Pakaian

Pemilihan produk berdasarkan pertimbangan psikologis karena ingin prestisenya naik dengan membeli dan memakai barang-barang bermerek mewah dalam ilmu sosiologi perilaku konsumen dikenal dengan istilah conspicuous consumption. Mereka ini akan memilih barang yang mudah dikenali dan diidentifikasi oleh umum, seperti tas, jam tangan, pakaian, perhiasan, atau mobil,”. Dalam hal ini pertimbangan rasional yang fokus pada kebutuhan akan fungsi terkalahkan oleh pertimbangan irasional yang lebih mengutamakan dorongan emosional.

Mode Pakaian

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa responden menggunakan parfum baik yang beralkohol maupun non alkohol, hal ini mereka lakukan untuk membandingkan aroma masing-masing parfum, sedangkan untuk harga parfum, rata-rata responden menyukai harga diatas Rp. 50.000,- karena mereka sangat yakin dengan kualitas parfum tersebut. Adapun tujuan mereka menggunakan parfum semata-mata untuk menjaga penampilan mereka dengan orang lain.

Telepon Selular

Telepon Seluler (Ponsel) atau *handphone* (HP) pada saat ini sudah menjadi kebutuhan primer. Banyak orang telah mengenal dan menggunakannya sebagai peralatan yang praktis untuk melakukan komunikasi dimanapun mereka berada, tanpa dibatasi ruang dan rentang panjang kabel. Fungsi ponsel kini semakin berkembang, tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi praktis saja.

Kaitannya dengan permasalahan yang penulis lakukan yaitu telepon selular pada saat ini bukan saja sebagai alat untuk berkomunikasi dapat juga dijadikan seseorang sebagai simbol untuk menerangkan status seseorang kepada orang lain.

Tipe Telepon Selular

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, telepon selular yang dimiliki responden adalah NOKIA, Samsung, Black Berry dan Smart Fren. Dengan kata lain selalu menggunakan pulsa yang tidak sedikit untuk menggunakan aktivitas menelpon, SMS maupun internet seperti facebook, chatting dan lain-lain.

Pengeluaran Pulsa Telepon Selular

Di zaman yang serba modern ini pulsa menjadi kebutuhan pokok yang sangat penting, mulai dari anak-anak sampai orang dewasa membutuhkan yang namanya pulsa. Pulsa adalah media penghubung untuk komunikasi, baik komunikasi jarak dekat maupun jarak jauh. Komunikasi tersebut bisa via telfon maupun SMS (Short Message Service) atau aktivitas internet maupun chatting.

Dari pernyataan yang disampaikan responden, terlihat mereka sering menggunakan telepon selular untuk menelepon dari pada menggunakan fitur lainnya yang terdapat di telepon selular tersebut, hanya beberapa orang responden yang menggunakan fasilitas internet. Berdasarkan pengamatan penulis biaya pulsa yang terbesar pada telepon selular adalah aktivitas menelpon, karena setiap percakapan dihitung per detik, tentunya tanpa disadari penggunaanya bisa mengeluarkan biaya pulsa yang tidak sedikit. Sedangkan aktivitas internet hanya menggunakan biaya pulsa tetap yaitu dengan berlangganan secara perbulan, namun dapat juga biaya pulsa tersebut tidak terduga jika pengguna menggunakan aktivitas permainan game di internet.

Fungsi Telepon Selular

Kehidupan manusia sehari-hari tidak terlepas dari kebutuhan untuk berkomunikasi antara yang satu dengan yang lain. Salah satu alat yang biasa digunakan manusia untuk berkomunikasi jarak jauh adalah telepon genggam atau *handphone*. Teknologi *handphone* selalu mengalami kemajuan dari waktu ke waktu. Saat ini *handphone* yang mengadopsi teknologi yang mutakhir disebut sebagai telepon selular. Walau pun canggih dan modern namun fungsi atau fitur standar tetap ada sama halnya seperti *handphone* yang masih menggunakan teknologi lama.

E. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup dan pemanfaatan waktu luang anggota Auto community yang ada Di pekanbaru

Ekonomi

Berdasarkan hasil penelitian perekonomian responden jika penulis golongan mereka termasuk orang-orang yang memiliki penghasilan kelas ekonomi atas, dimana dari 23 orang yang penulis jadikan responden pada tabel Berdasarkan data tabel 5.5, dapat digambarkan penghasilan responden dari pekerjaan sampingan yaitu sebanyak 4 orang (17,39) memiliki pendapatan perbulan Rp. 1.500.000,- – Rp. 3.500.000,- kemudian sebanyak 5 orang (21,74%) memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp. 3.500.001,- – Rp. 5.000.000,-, dan sebanyak 8 orang (34,78%) mempunyai penghasilan Rp. 5.000.001 – Rp. 7.000.000,- serta sebanyak 5 orang (21,74%) mempunyai penghasilan > Rp. 7.000.001 perbulan.

Dengan demikian dapat disimpulkan, mayoritas tingkat pendapatan responden sebanyak 8 orang (34,78) memiliki pendapatan perbulan Rp. 5.000.001,- – Rp. 7.000.000,-. Karena jumlah pendapatan ini dapat mempengaruhi gaya hidup sebagai anggota Toyota Kijang Club Indonesia Pekanbaru.

Data tersebut menunjukkan mereka termasuk orang-orang kelas ekonomi menengah keatas, sehingga hal ini dapat mendukung mereka menjadi individu yang konsumtif, dimana hal ini dapat diketahui dari pendapatan tambahan yang merka

mereka peroleh dari pekerjaan sampingan, yaitu berdasarkan data tabel 5.6, dapat digambarkan penghasilan responden dari pekerjaan utama yaitu sebanyak 4 orang (17,39) memiliki pendapatan perbulan kurang Rp. 5.000.000, sebanyak 6 orang (26,09%) memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp. 5.000.001,- – Rp. 7.5000.000,-, dan sebanyak 8 orang (34,78%) mempunyai penghasilan Rp. 7.500.001 – Rp. 10.000.000,- serta sebanyak 5 orang (21,74%) mempunyai penghasilan > Rp. 10.000.001 perbulan.

Lingkungan

Gaya hidup sebagian anggota Auto Community Pekanbaru mengalami perubahan jika pertama kali mereka sebelum menjadi anggota Auto Community Pekanbaru terkhususnya pada anggota Toyota Kijang Club Indonesia-Pekanbaru. Hal ini terlihat dari cara berpakaian dan menjaga penampilan. Dalam hal ini mereka berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh di lapangan ada beberapa hal yang sangat berpengaruh oleh mereka yaitu identitas kelompok, kenyamanan dan trendy. Berikut penjelasan yang penulis peroleh dari hasil di lapangan :

Identitas Kelompok

Berdasarkan hasil wawancara tersebut mencerminkan seseorang yang ingin bergabung dalam suatu kelompok ingin menunjukkan identitas seseorang terhadap minat yang sama serta ingin menjalin hubungan yang seluas-luas dengan beberapa orang lainnya. Pada dasarnya fungsi kelompok dibagi menjadi dua yaitu, fungsi organisasi formal dan fungsi kebutuhan

individual. Fungsi kelompok formal sebagai sarana untuk mengerjakan tugas-tugas yang kompleks yang saling berkaitan dan terlalu sukar untuk dikerjakan oleh siapapun, sebagai sarana untuk mencetuskan gagasan-gagasan yang baru atau pemecahan masalah yang memerlukan kreativitas tertentu, dan sebagai wahana sosialisasi serta pelaksanaan keputusan yang rumit.

Kenyamanan

Kohesivitas kelompok juga dipengaruhi kekuatan negatif yang menyebabkan para anggota tidak berani meninggalkan kelompok itu, bahkan meskipun individu merasa tidak puas. Kadang-kadang orang tetap tinggal dalam suatu kelompok karena kerugian yang akan ditanggungnya bila dia meninggalkan kelompok itu sangat tinggi, atau karena tidak tersedianya pilihan lain. Pada dasarnya eksistensi suatu kelompok tergantung pada seberapa jauh kelompok dapat memenuhi kebutuhan individu. Jika sebuah kelompok tidak dapat lagi memenuhi kebutuhan anggota-anggotanya, kelompok itu semakin berkurang jumlah anggotanya.

Trendy

Berdasarkan ungkapan yang disampaikan responden dapat diketahui bahwa pedoman seseorang untuk berperenampilan menarik hanya mencontoh kebiasaan-kebiasan yang dilakukan artis-artis luar negeri maupun dalam negeri atau hal-hal populer di masyarakat.

Waktu Luang

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden dapat disimpulkan, kegiatan yang mereka lakukan pada waktu senggang masih

bersifat hal yang positif, namun ada dari mereka yang menurut penulis melakukan hal-hal yang kurang bermanfaat yaitu main game online.

Kegiatan Akhir Pekan

Akhir pekan adalah saatnya orang-orang beristirahat dari berbagai macam aktifitas baik belajar maupun bekerja. Namun berdasarkan keputusan Pemerintah, akhir pekan menjadi dua hari yaitu hari Sabtu dan Minggu, pada saat itu banyak orang-orang yang bekerja di suatu Instansi Pemerintah atau perusahaan tidak bekerja pada saat itu kecuali pelajar dan mahasiswa hari sabtu masih digunakan untuk menimba ilmu.

Lain halnya dengan anggota Auto Community yang sebagian besar adalah pekerja baik di Instansi Pemerintah maupun swasta, memanfaatkan hari-hari tersebut untuk berkumpul atau sekedar menghilangkan perasaan yang tidak menentu pada saat bekerja.

Dari berbagai macam aktivitas yang dilakukan responden memanfaatkan waktu akhir pekan, menurut asumsi penulis kebanyakan responden memanfaatkan untuk berjalan-jalan yaitu aktivitas di luar rumah, hanya sebagian responden yang memanfaatkan waktu akhir pekan mereka di rumah saja.

Kegiatan Hari Libur (Cuti Kerja)

Cuti adalah keadaan tidak masuk kerja yang diizinkan dalam jangka waktu tertentu itu bagi orang-orang yang bekerja di dalam Instansi Pemerintah maupun perusahaan. Dalam hal ini berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, sebagian besar responden adalah orang-orang yang memiliki pekerjaan di Instansi Pemerintah maupun swasta, sedangkan sebagian kecil

berwiraswasta baik menjadi pedagang, petani maupun pekerjaan lainnya yang menyediakan hari-hari libur bagi pekerjaan mereka.

Namun cuti kerja yang penulis maksudkan dalam penelitian ini, adalah kegiatan yang dilakukan anggota Auto Community terkhususnya anggota Totoya Kijang Club Indonesia yang penulis jadikan responden dalam penelitian ini dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan kegiatan yang dilakukan anggota Auto Community terkhususnya Toyota Kijang Club Indonesia, pemanfaatan waktu luang yaitu cuti kerja mereka melakukan perjalanan atau 'Touring' di dalam kota maupun luar kota Pekanbaru.

Pekerjaan Waktu Luang

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan, responden memiliki pekerjaan sampingan selain pekerjaan tetap sehingga ada dari beberapa orang responden yang bekerja di waktu luang walaupun tidak setiap pekan. Serta melihat dari tujuan penggunaan uang, responden mengerti benar mengendalikan pengeluaran walaupun ada dari beberapa orang responden yang boros menggunakan uang, tetapi menurut mereka itu termasuk kepuasan tersendiri.

Diskotik

Hal ini menunjukkan bahwa ada dari beberapa anggota auto cumunity lebih memilih untuk menghabiskan waktu luangnya dengan hal-hal yang bersifat bersenang-senang/menyenangkan dirinya sendiri. Menurut mereka menghabiskan waktu dengan hal-hal tersebut lebih menyenangkan dan tanpa beban apapun walaupun harus

mengeluarkan biaya yang tidak sedikit.

Menurut Sarwono (2002) dapat dikatakan bahwa perubahan sosial dan pengaruh lingkunganlah yang dapat memotivasi para anak muda ini untuk menikmati hiburan dunia malam. Maraknya kehadiran tempat hiburan dunia malam (diskotik) di Indonesia, membuat banyak orang menyoroti dampak sosial yang ditimbulkan oleh pelayanannya atau hiburan yang disuguhkan.

Kegiatan Sosial

Kegiatan sosial dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan bersama sama oleh banyak individu atau kelompok yang bertujuan untuk membantu sesama manusia dimana dengan adanya kegiatan ini dapat merapatkan kekerabatan, apalagi orang yang dibantu akan merasa tertolong dengan bantuan yang diberikan baik secara moril maupun materil. Termasuk juga dengan anggota Auto Comunity Indonesia-Pekanbaru, berdasarkan hasil wawancara penulis mereka juga ikut melaksanakan kegiatan sosial pada saat terjadi bencana alam di luar kota Pekanbaru salah satunya di Sinabung-Medan, Pasaman-Sumatra Barat, Jambi dan lain-lain.

Hal ini mereka lakukan semata-mata bentuk kepedulian mereka terhadap sesama, akan tetapi berkaitan dengan pertanggungjawaban dana yang mereka peroleh, menurut responden hanya dalam bentuk dokumentasi yaitu photo-photo pada saat memberi bantuan. Sehingga dapat disimpulkan para anggota auto cumunity mempercayakan sepenuhnya kepada Ketua pelaksana Auto Club

RESTAR(rac).

Kegiatan Organisasi

Organisasi adalah tempat orang-orang berkumpul yang memiliki tujuan dan pola pikir yang sama baik yang secara resmi ataupun tidak. Demikian juga dengan auto club adalah wadah perkumpulan orang-orang yang mempunyai tujuan yang sama pada hoby automotif, seperti halnya Toyota Kijang Club Indonesia Pekanbaru.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka diketahui kegiatan harian anggota Auto Community terutama Toyota Kijang Club Indonesia pada malam hari sekitar jam 11 malam di jalan Hangtuah depan Mesjid Agung Annur, namun ada juga mereka berkumpul pada sore hari jika ada hal-hal yang akan mereka lakukan berdasarkan informasi yang mereka peroleh dari ketua kelompok.

Touring (Perjalanan)

Touring atau melakukan perjalanan adalah istilah yang digunakan oleh anggota kelompok termasuk Auto Community untuk memperkenalkan identitas suatu kelompok di masyarakat, bahkan touring ini banyak dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan sebagai tujuan promosi produk, biasanya perusahaan yang terlibat adalah perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang automotif.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan kegiatan touring yang dilakukan anggota community adalah hal yang menyenangkan walaupun memiliki resiko yang cukup besar, karena melakukan perjalanan ke luar kota. Biasanya kegiatan yang mereka

lakukan, ada beberapa perusahaan yang membiayai kegiatan tersebut terutama perusahaan Toyota Kijang.

F. Hobi Mobil Kijang

Setiap kendaraan roda empat yang beredar di masyarakat, memiliki keunggulan dan kenyamanan serta keutungan bagi penggunaanya, terlebih lagi dengan anggota Auto Community Indonesia yaitu pada Toyota Kijang Club Indonesia-Pekanbaru, yang menjadikan mobil merek Toyota berjenis Kijang sebagai dasar ditetapkannya organisasi mereka, sehingga setiap masing-masing anggota Toyota Kijang Club memiliki berbagai macam jenis mobil kijang.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan hobi para anggota Auto Community Indonesia terutama pada Toyota Kijang Club Indonesia-Pekanbaru, bermula dari keluarga dan teman-teman yang menggunakan mobil ini, serta mobil Kijang ini lebih dahulu dikenal masyarakat Indonesia terutama Pekanbaru sejak tahun 80-an dari pada mobil bermerek lain.

Menurut Anoraga (2004:223) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian dan penentuan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Menurut Umar (2007:50) mengatakan perilaku konsumen didefinisikan sebagai suatu tindakan yang langsung mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk/jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut.

G. PENUTUP

Kesimpulan

1. Perubahan hidup yang terjadi pada anggota Auto Community Indonesia-Pekanbaru, terkhususnya Toyota Kijang Club Indonesia Pekanbaru dikarenakan adanya pengaruh ekstren yaitu pengaruh dari lingkungan dan media massa serta ditambah dengan keadaan finansial mereka yang mendukung. Serta sebagian besar dari mereka memiliki tambahan penghasilan di luar pekerjaan utama, sehingga menyebabkan perubahan pada gaya hidup tersebut lebih mudah terjadi dalam kehidupan mereka sehari-hari. Dengan demikian secara otomatis mereka telah berubah menjadi pribadi yang konsumtif.
2. Gaya hidup merupakan ekspresi diri untuk menggambarkan identitas diri seseorang. Persamaan gaya hidup di dalam kelompok anggota Auto Community Indonesia Pekanbaru yaitu adanya simbol-simbol yang dapat menggambarkan keadaan seseorang terlihat berpenampilan menarik untuk mendapatkan perhatian dari orang lain. Hal ini mereka lakukan atas dasar keinginan mereka sendiri atau disebabkan pengaruh yang terjadi di dalam suatu anggota kelompok agar mereka bisa diterima dengan layak didalam anggota kelompok tersebut, misalnya penggunaan telepon selular (HP) yang pada zaman sekarang tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga telah menjelma menjadi suatu simbol dalam gaya hidup, terutama di kalangan anggota Auto Community Indonesia Pekanbaru terkhusus anggota Toyota Kijang Club Indonesia-Pekanbaru.
3. Perubahan hidup dalam cara berpenampilan yang diperlihatkan oleh sebagian besar anggota Auto Community Indonesia Pekanbaru tidak hanya untuk memperlihatkan atau menunjukkan eksistensi mereka di dalam kelompok tersebut tetapi juga untuk memperlihatkan bahwa mereka mampu secara sosial ekonomi yang bisa menambah kepercayaan diri mereka pada saat berinteraksi dengan teman-teman atau pada saat mereka berada di tempat-tempat publik lainnya.
4. Gaya hidup pada penampilan termasuk tipe umum yang dimiliki masyarakat golongan ekonomi menengah keatas. Dimana pada tipe ini mereka cenderung ikut-ikutan pada perubahan tren yang terjadi di media massa maupun elektronik. Sehingga pola pikir mereka secara tidak langsung menjadi pola pikir yang konsumtif yaitu pola pikir yang selalu mengeluarkan keuangan hanya untuk kebutuhan sesaat untuk mendapatkan perhatian

dan kenyamanan pada diri mereka sendiri tanpa memperhatikan manfaat dari yang mereka miliki. Hal ini menjadi semakin melekat karena mereka didukung dengan keadaan finansial yang memadai.

5. Pada pengelolaan waktu luang sebagian besar dari mereka memanfaatkan waktu untuk berkumpul dengan teman-teman mereka, namun sebagian dari mereka ada yang menghabiskan waktu luang dengan bermain game online serta adanya sebagian dari mereka yang mencari pekerjaan tambahan seperti halnya berkebun atau berwiraswasta dan lain sebagainya.
6. Kehidupan manusia, ada pandangan segolongan atau sekelompok yang mempunyai rasa membangun di mana selalu menginginkan adanya kemajuan-kemajuan dan perombakan-perombakan sesuai tuntutan zaman. Di samping itu pula, di dukung oleh pandangan segolongan masyarakat yang bersifat optimis yang di artikan sebagai sekelompok masyarakat yang berfaham mempunyai bahwa besok di kemudian hari akan ada hari lebih cerah, sehingga di dorong oleh rasa kejiwaan paham optimis tersebut mereka akan selalu berhati-hati dalam membawa arus masyarakat cenderung untuk maju dan berubah.

Saran

1. Perubahan gaya hidup sulit dihindarkan seiring dengan

perkembangan zaman yang mengglobal di seluruh lapisan masyarakat baik golongan ekonomi atas sampai pada golongan ekonomi bawah. Namun para anggota Auto Community Indonesia Pekanbaru terkhususnya anggota Totoya Kijang Club Indonesia Pekanbaru yang pada umumnya adalah orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan dan sikap yang kritis diharapkan mampu memfilterisasi budaya-budaya baru yang bisa merusak diri mereka sendiri. Tidak ada salahnya mengikuti perubahan dan perkembangan zaman dalam hal-hal yang wajar.

2. Disarankan agar para anggota Auto Community Indonesia terkhususnya anggota Toyota Kijang Club Indonesia Pekanbaru untuk menjadi diri mereka sendiri dan menghargai segala bentuk penampilan dengan hal-hal yang positif. Sehingga mereka akan mampu menerima diri mereka apa adanya dan tetap menghargai orang lain tanpa harus hidup boros dengan menghambur-hamburkan uang hanya untuk kepuasan sesaat.
3. Bagi penelitian selanjutnya, penulis berharap objek penelitian dapat lebih diperbesar dan diperdalam lagi tentang gaya hidup anggota Auto Community serta anggota-anggota kelompok lainnya yang ada di Kota Pekanbaru dan sekitarnya. Tujuannya adalah agar hasil penelitian dapat

lebih variatif dan peneliti dapat mengetahui serta membandingkan kendala yang muncul dan dihadapi dari masing-masing anggota kelompok yang ada di masyarakat. Selain itu, peneliti juga dapat memahami kelebihan dan kekurangan dari masing-masing anggota Auto Community Indonesia yang ada di Kota Pekanbaru terkhususnya anggota Toyota Kijang Club Indonesia Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Andie A. Wicaksono, 2007. *Ragam Desain Ruko (Rumah Toko)*, Jakarta : Penebar Swadaya.
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*, Cetakan Ketiga, Rineka Cipta, Jakarta.
- Depdikbud. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Doyle Paul Jhonson, 1986. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*, Jakarta : PT.Gramedia
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W. 1995. *Consumer Behavior* (7th ed). Harcourt Brace College Publisher. Orlando.
- Hall, Calvin dan Gardner Lindzey. 1985. *Introduction to theories of personality*. New York
- Idi Subandy dan Hanif Suranto (1997). *Wacana Teologis Feminis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Budianta Melani.
- Kotler, P. & Keller, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1, Terjemahan oleh Benjamin Molan. 2009. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 1987. *Dasar-dasar pemasaran*. terj: hendra teguh dan ronny Antonius rusli, Jakarta: intermedia.
- Manasse Malo & Sri Trisnoningti. 2001. *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta : UI Press
- Mulyana, Dedy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung, : Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, S. 2005. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nugraheni. E. 2003. *Asuhan Kebidanan Patologi*. Yogyakarta : Pustaka Rihama,
- O'Connor, Allan. 1991. *Culture and Communication*, London : Sage Publication,
- Piliang, Yasraf Amir. 1998. *Dunia yang Dilipat*, Bandung : Penerbit Mizan
- Plummer T. Joseph. 1993. The Concept and Application of Life Style Segmentation, *Journal of Marketing*, Vol. 3a, pp. 33-37
- Ritzer, George. 2005. *Teori sosial post moderns*. terj: Muhammad taufik. Yogyakarta: kreasi wacana
- Rosandi, Andika Filona. 2004. *Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Universitas Katolik Atma Jaya*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya. Jakarta.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2002. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Penerbit CV. Rajawali.
- Siguhartati, Rahma. 2010. *Membaca, Gaya Hidup dan Kapitalisme*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sihabudin, Ahmad. 2011. *Komunikasi Antarbudaya: Satu Perspektif Multidemensi*, Jakarta: Bumi Aksara

- Subandy, Ibrahim, Idi. 2007. *Budaya Popular Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta : Jakasutra
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar sosiologi edisi kedua*, fekon. UI: Jakarta
- Susanto A.B. 2001. *Potret-Potret Gaya Hidup dan Citra Metropolis*. Jakarta : Buku Kompas.
- Steven, Vago. 1996. *Teori Perubahan Sosial*, terj: alimandan(prenticehall new jersey).
- Tri Rama K, 2010. *Kamus Bahasa Indonesia*, Surabaya : Karya Agung.
- Umar, Husein. 2004. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*, Cetakan Keenam, PT SUN, Jakarta.
- Veblen, Thorstein B (1899). *The Theory Of The Leisure Class*, An Economic.
- Wikipedia, 2014. Sejarah Mobil Kijang di Indonesia : google.co.id
- Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Gramedia Wasarana, Indonesia.
- Sumber Lain :**
- Ario (2012). Pengertian Handphone dan Fungsinya. <http://arioardiansyah.blogspot.com/2012/10/perngertian-handphone.html> diakses tanggal 06 april 2014.
- Artikel OnlineM. Choliel, 2014. Dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi- Almamater Wartawan Surabaya
- Hairpin.2012. *Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa*.Pekanbaru : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau
- Super Polish Premium, 2014 <http://superpolishpremium.com/kelebihan-kelemahan-kijang-kapsul-krista/> file:///C:/Users/Public/Documents/T KCI%20pekanbaru%20%20%5BTKCI%5D%20PEKANBARU.htm online 9 april 2014, 20.45 wib.
- <http://cheisypuspita-chessypuspita.blogspot.com/faktor-faktor> diakses pada tanggal 06 april 2014, 13.30 wib.
- <http://www.anneahira.com/gaya-hidup-mewah.html>
- Wardhani, Meida Devi. 2009. *Hubungan antara konformitas dan harga diri Dengan perilaku konsumtif pada remaja putri*. Skripsi. Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Wagner. 2009. *Gaya Hidup "Shopping Mall" Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Perkotaan (Kasus: Konsumen Remaja di Tiga One Stop Shopping Mall di Jakarta)*. Skripsi. Departemen Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor.