IDENTITAS DIRI REMAJA AKHIR PENGGUNAAN KNALPOT BRONG PADA KOMUNITAS ASDI HOME GARAGE

Syah Daviq Alfarizi[1)], Andys Tiara[2)], Mustiawan[3)]
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
syhdaviq23@gmail.com[1)], andys@uhamka.ac.id[2)], mustiawan@uhamka.ac.id[3)]

Abstract

Late adolescence is an important stage in the development of self-identity, as individuals begin to understand themselves through various experiences and social interactions. One of the social environments that contributes to this process is the automotive community, including communities of loud exhaust (knalpot brong) users. This study aims to examine the process of self-identity formation among late adolescents who use loud exhaust systems in the Asdi Home Garage (AHG) community. The study employed a qualitative approach using a case study method. Three informants were selected through purposive sampling, consisting of active AHG members aged 20–24 years who use loud exhaust systems. Data were collected through in-depth interviews, observation, and a literature review, and were analyzed using the Miles and Huberman data analysis model. The findings indicate that the participants' self-identity was formed through the processes of social categorization, social identification, and social comparison. Loud exhaust systems and other community attributes were interpreted as symbols that strengthened members' sense of belonging, solidarity, and social identity. This study offers a different perspective by examining loud exhaust use not merely as an issue of legal violation or noise pollution, but also as an important element in the process of self-identity formation within an automotive community.

Keywords: Self-Identity, Social Identity, Late Adolescence, Motorcycle Modification, Motorcycle Community.

Abstrak

Masa remaja akhir merupakan fase penting dalam pembentukan identitas diri karena pada tahap ini individu mulai memahami dirinya melalui berbagai pengalaman dan interaksi sosial. Salah satu lingkungan yang berperan dalam proses tersebut adalah komunitas otomotif, termasuk komunitas pengguna knalpot brong. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana proses pembentukan identitas diri remaja akhir pengguna knalpot brong di Komunitas Asdi Home Garage (AHG). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Informan penelitian berjumlah 3 orang yang dipilih secara purposive, yaitu anggota aktif AHG berusia 20–24 tahun yang menggunakan knalpot brong. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas diri anggota terbentuk melalui proses kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Penggunaan knalpot brong beserta atribut komunitas dimaknai sebagai simbol yang memperkuat rasa memiliki, solidaritas, dan identitas sosial anggota. Penelitian ini memberikan sudut pandang yang berbeda karena melihat penggunaan knalpot brong bukan hanya sebagai persoalan pelanggaran aturan atau kebisingan, tetapi juga sebagai bagian dari proses pembentukan identitas diri dalam komunitas otomotif.

Kata Kunci: : **Identitas Diri, identitas sosial, remaja akhir, modifikasi motor,komunitas motor.**

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan salah satu tahap perkembangan yang penting karena pada fase ini individu mulai membentuk dan memahami identitas dirinya. Menurut Hurlock, remaja akhir yang berada pada rentang usia 18–24 tahun mulai mengenali nilai-nilai yang diyakini, memahami peran sosialnya, serta menentukan arah hidup yang ingin dicapai. Proses tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, tetapi juga oleh lingkungan tempat individu berinteraksi, seperti keluarga, teman sebaya, maupun komunitas (Khadijah, 2020). Melalui berbagai interaksi tersebut, remaja memperoleh pengalaman yang kemudian memengaruhi

cara mereka memandang dan mengenali dirinya.

Salah satu lingkungan sosial yang cukup dekat dengan kehidupan remaja adalah komunitas otomotif. Komunitas ini menjadi tempat bagi anggotanya untuk berbagi minat, bertukar pengalaman, dan membangun hubungan sosial dengan sesama pecinta otomotif. Selain sebagai wadah menyalurkan hobi, komunitas juga dapat membentuk rasa memiliki, solidaritas, dan identitas kelompok. Dalam komunitas tertentu, penggunaan atribut seperti stiker, warna khas, hingga knalpot brong sering kali dimaknai sebagai simbol yang menunjukkan keanggotaan sekaligus menjadi bagian dari identitas kelompok.

Penggunaan knalpot brong hingga saat ini masih menjadi perhatian masyarakat karena sering dikaitkan dengan pelanggaran aturan lalu lintas serta kebisingan yang mengganggu lingkungan. Pemerintah telah mengatur penggunaan knalpot kendaraan melalui Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan serta ketentuan mengenai batas kebisingan kendaraan bermotor. Meskipun demikian, berbagai pemberitaan nasional menunjukkan bahwa penggunaan knalpot brong masih banyak ditemukan di berbagai daerah di Indonesia. Razia yang dilakukan aparat kepolisian selama periode 2024–2026 memperlihatkan bahwa fenomena tersebut masih terus terjadi dan menjadi persoalan yang mendapat perhatian masyarakat.

Tabel 1. Pemberitaan Kasus Pengguna Knalpot Brong dari Tahun 2024 – 2026

No	Headline	Portal / Berita	Tahun
1.	Sejak Januari 2024, Polisi Tertibkan 65.636 Pengguna Knalpot Brong	Kompas.com	26 Mar 2024
2.	Tertibkan Pengguna Knalpot Brong, Satlantas Amankan 20 Kendaraan Roda Dua	Korlantas Polri Jambi	2 Okt 2024
3.	Polda Jabar Gilas 4.599 Knalpot Brong: Kebisingannya Sering Picu Emosi Pengguna Jalan Lain	TribuneJabar.id	18 Feb 2026
4.	Patroli Ramadan, Sat PJR Mamuju Amankan 7 Motor Knalpot Brong	Korlantas Polri Mamuju	22 Feb 2026
5.	Satlantas Polres Bitung Jaring 43 Motor Knalpot Brong	rri (Radio Republik Indonseia)	23 Feb 2026
6.	Polres Metro Bekasi Gelar Razia Knalpot Brong Selama Ramadan	Medcom.id	22 Feb 2026
7.	Hati hati Modifikasi, Puluhan Motor Knalpot Brong Berau Berakhir Dikantor Polisi	Berita Satu	23 Feb 2026

Sumber : Olahan peneliti 2026

Berdasarkan data pada Tabel 1, penertiban terhadap pengguna knalpot brong dilakukan di berbagai wilayah, seperti Jawa Barat, Jambi, Mamuju, Bitung, dan Bekasi. Pemberitaan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan knalpot brong tidak hanya dipandang sebagai pelanggaran lalu lintas, tetapi juga dianggap menimbulkan kebisingan, mengganggu kenyamanan masyarakat, serta memunculkan stigma negatif terhadap penggunanya. Kondisi ini menunjukkan bahwa fenomena knalpot brong masih menarik untuk dikaji, terutama jika dilihat dari sudut pandang yang berbeda.

Sejumlah penelitian sebelumnya lebih banyak membahas penggunaan knalpot brong dari sisi dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat (Qomariyah et al., 2025). misalnya, menjelaskan bahwa penggunaan knalpot brong berpotensi menimbulkan polusi suara, gangguan kesehatan, dan ketidaknyamanan bagi masyarakat. Penelitian lain yang dilakukan (Joko Sulistyo et al., 2025) juga menempatkan pengguna knalpot brong sebagai bagian dari perilaku yang menyimpang dari aturan lalu lintas. Di sisi lain, penelitian mengenai komunitas otomotif umumnya lebih menyoroti komunikasi kelompok, solidaritas, atau aktivitas komunitas, tanpa membahas bagaimana penggunaan knalpot brong dimaknai oleh anggotanya sebagai bagian dari pembentukan identitas diri.

Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat ruang yang belum banyak dikaji dalam penelitian sebelumnya. Sebagian besar penelitian memandang knalpot brong dari aspek hukum, kesehatan, atau dampak sosial, sedangkan makna penggunaan knalpot brong bagi anggota komunitas sebagai bagian dari identitas diri masih jarang dibahas. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya melihat knalpot brong bukan hanya sebagai sumber kebisingan atau bentuk pelanggaran aturan, tetapi juga sebagai simbol yang memiliki makna dalam proses pembentukan identitas diri remaja akhir melalui keikutsertaannya dalam komunitas otomotif.

Penelitian ini dilakukan pada Komunitas Asdi Home Garage (AHG), yaitu komunitas otomotif yang anggotanya memiliki ketertarikan terhadap modifikasi motor, termasuk penggunaan knalpot brong. Komunitas ini dipilih karena memiliki interaksi yang cukup intens antaranggota sehingga memungkinkan terbentuknya rasa memiliki, solidaritas, dan identitas kelompok. Melalui aktivitas bersama yang dilakukan secara rutin, anggota tidak hanya berbagi hobi, tetapi juga membangun hubungan sosial yang memengaruhi cara mereka memandang dirinya sebagai bagian dari komunitas.

Untuk memahami fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan Teori Identitas Sosial yang dikemukakan oleh Henri Tajfel dan John Turner. Teori ini menjelaskan bahwa identitas seseorang tidak hanya dibentuk oleh karakteristik pribadi, tetapi juga oleh keanggotaannya dalam suatu kelompok sosial. Melalui proses kategorisasi sosial (*social categorization*), identifikasi sosial (*social identification*), dan perbandingan sosial (*social comparison*), individu mulai membangun rasa memiliki terhadap kelompoknya sekaligus membentuk identitas sosial yang kemudian memengaruhi identitas dirinya. Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana proses pembentukan identitas diri remaja akhir pengguna knalpot brong dalam Komunitas Asdi Home Garage.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam konstruksi identitas diri remaja akhir pengguna knalpot brong dalam komunitas ASDI Home Garage. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menggali makna subjektif, pengalaman personal, serta proses interaksi sosial yang melatarbelakangi pembentukan identitas diri anggota komunitas, bukan untuk menguji hubungan kausal secara statistik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna yang dibentuk melalui identitas sosial (Creswell, 2023). Metode studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada satu kasus tertentu yang memiliki karakteristik dan dinamika khas, sehingga analisis dapat dilakukan secara holistik dan kontekstual (Yin, 2023).

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini melibatkan 3 informan utama yang merupakan anggota aktif Komunitas Asdi Home Garage, berusia 20–24 tahun, menggunakan knalpot brong, serta aktif mengikuti berbagai kegiatan komunitas. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip kejenuhan data (data saturation), yaitu ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak lagi menghasilkan temuan baru yang relevan.

Analisis data dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Miles, 2020). Proses analisis diawali dengan transkripsi hasil wawancara, pengkodean terbuka untuk mengidentifikasi unit-unit makna, pengelompokan dalam kategori tematik, hingga interpretasi mendalam yang dikaitkan dengan kerangka teoritis komunikasi dan identitas diri. Keabsahan data dijaga melalui teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan data antar-informan, mencocokkan hasil wawancara dengan temuan observasi, serta mengonfirmasi dengan dokumen atau literatur yang relevan untuk meningkatkan kredibilitas temuan (Denzin, N. K., & Lincoln, 2023). Seluruh proses penelitian dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian kualitatif, termasuk persetujuan partisipan, kerahasiaan identitas, dan penggunaan data untuk kepentingan akademik. Desain metodologis ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang mendalam, kontekstual, dan relevan bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami Bagaimana proses pembentukan identitas diri remaja akhir yang menggunakan knalpot brong dalam komunitas Asdi Home Garage.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembentukan Identitas Sosial berbasis Komunitas

Teori Identitas Sosial menjelaskan bahwa identitas diri individu terbentuk melalui keterlibatannya sebagai anggota dalam suatu kelompok sosial tertentu (Ardianto et al., 2026). Dalam penelitian ini, identitas sosial dipahami sebagai cara anggota AHG memaknai keanggotaannya dalam komunitas sebagai bagian dari identitas dirinya, sehingga keanggotaan tersebut tidak hanya menjadi status sosial, tetapi juga menjadi sumber munculnya rasa memiliki, solidaritas, dan pemahaman mengenai dirinya sebagai bagian dari kelompok. Identitas diri anggota AHG tidak terbentuk secara individual, melainkan melalui proses interaksi dan

keikutsertaan mereka dalam berbagai kegiatan komunitas. Melalui proses kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial, anggota membangun pemahaman tentang siapa dirinya sebagai bagian dari komunitas AHG. Komunikasi yang berlangsung secara berkelanjutan turut berperan penting dalam proses tersebut karena memungkinkan anggota untuk saling mengenal, berbagi pengalaman, menjalin hubungan yang lebih dekat, serta memahami nilai, kebiasaan, dan karakteristik yang dimiliki kelompok. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga menjadi media yang memperkuat hubungan antaranggota, menumbuhkan rasa memiliki, dan memperkokoh identitas sosial mereka sebagai bagian dari komunitas AHG. Hasil temuan penelitian ini digambarkan pada Gambar 1.

Gambar 1. Contoh Temuan Penelitian Identitas Diri
Sumber : Olahan Peneliti 2026

Kategorisasi Sosial

Kategorisasi sosial merupakan proses ketika individu mulai mengelompokkan dirinya dan orang lain ke dalam suatu kelompok sosial tertentu (Huda & Khaerani, 2024). Pada tahap ini, seseorang mulai memahami posisi dirinya sebagai bagian dari kelompok tertentu serta membedakan kelompoknya dengan kelompok lain. Hal ini senada dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kategorisasi sosial merupakan proses ketika individu mulai mengelompokkan dirinya ke dalam suatu kelompok tertentu yang dianggap memiliki kesamaan minat, nilai, dan karakteristik (Ardianto et al., 2026). Hasil penelitin ini menunjukan bahwa seorang individu mengeleompokan diri dengan komunitas karena faktor minat dan hobi. Hal ini sebagaimana yang di tegaskan oleh informan 1 yang menyatakan bahwa :

"...Karna perkumpulan temen rumah saya si bang sama hobi motor paling gitu si bang alesan saya..." (Wawancara Informan 1, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara diatas menujukan bahwa seorang individu berkumpul atau berkelompok dengan sebuah komunitas didasarkan pada hobi dan minat yang sama. Hal ini membuat mereka saling terhubung satu dengan yang lainnya, dan mempengaruhi pembentukan identitas diri. Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa identitas diri seserang terbentuk karena kesamaan hobi dan minat (Muslihatul et al., 2021). Penelitian ini juga menemukan bahwa alasan seseorang bergabung dengan kelompok tertentu dikarena kaingin tahun tentang sebuah informasi, dalam konteks penelitian ini adalah informasi tentang motor. Sebagaimana yang ditegas oleh informan ke 2 :

"*...Paling ya biar kalau malam ga gabut aja si bang suka nongkrong sama temen rumah itu aja si bang alesannya, sama biar paham motor..." (Wawancara Informan 2, 2026)*

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dipahami bahwa individu bergabung dalam komunitas karena adanya kebutuhan untuk berinteraksi sosial dan kesamaan minat. Informan mengungkapkan bahwa alasan bergabung ialah untuk berkumpul bersama teman agar tidak merasa bosan serta menambah pengetahuan tentang motor. Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa individu cenderung bergabung dengan kelompok yang memiliki minat, hobi, atau tujuan yang sama karena kelompok tersebut dapat memenuhi kebutuhan sosial, memberikan rasa diterima, serta menjadi sarana untuk memperoleh informasi dan pengalaman baru (Tarigan & Syarifah, 2024). Hasil penelitian juga menemukan yang serupa informan mengungkapkan bahwa alasan dirinya bergabung dengan komunitas AHG adalah untuk menambah teman, memperluas relasi, serta memiliki tempat untuk berkumpul dengan individu yang memiliki minat yang sama. Hal tersebut diungkapkan oleh informan 3 sebagai berikut:

"... masuk AHG karena ingin menambah teman dan relasi. Selain itu, saya juga ingin punya tempat untuk berkumpul dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama." (Wawancara Informan 3, 2026).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa keinginan untuk menjalin hubungan sosial dan berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki kesamaan minat menjadi salah satu faktor yang mendorong informan bergabung dengan komunitas AHG. Bagi informan, komunitas tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk menyalurkan hobi di bidang otomotif, tetapi juga sebagai sarana untuk memperluas pergaulan dan membangun relasi dengan sesama anggota. Penelitian terdahulu juga menjelaskan bahwa individu cenderung tertarik bergabung dengan suatu kelompok karena adanya kebutuhan untuk berinteraksi, memperoleh dukungan sosial, serta menjalin hubungan dengan orang-orang yang memiliki minat dan tujuan yang sama (Samdzikir, 2020). Kesamaan minat

tersebut dapat menjadi dasar terbentuknya rasa kebersamaan dan keterikatan antaranggota dalam suatu kelompok. Hasil observasi peneliti menunjukan bahwa adanya aktifitas rutin berkumpul anggota komunitas pada haari sabtu yang minggu, aktivitas berkumpul terlihat dalam gambar 2.

Gambar 2. Contoh Perkumpulan Teman rumah pada komunitas AHG
Sumber : Olahan peneliti 2026

Temuan tersebut menunjukkan bahwa proses kategorisasi sosial tidak hanya terjadi karena adanya kesamaan minat terhadap dunia otomotif, tetapi juga karena kebutuhan individu untuk memperoleh rasa memiliki terhadap suatu kelompok. Dalam Teori Identitas Sosial Tajfel dan Turner, proses kategorisasi merupakan tahap awal ketika individu mulai mendefinisikan dirinya sebagai bagian dari kelompok tertentu. Kesamaan hobi, lingkungan pertemanan, dan aktivitas komunitas menjadi dasar munculnya identitas sosial anggota AHG sehingga mereka mulai membedakan dirinya dengan individu di luar komunitas.

Identifikasi Sosial

Identifikasi sosial merupakan tahap ketika individu tidak hanya merasa menjadi anggota kelompok, tetapi mulai menginternalisasi nilai, simbol, aturan, dan karakteristik kelompok sebagai bagian dari identitas dirinya (Nauly et al., 2022). Pada tahap ini seseorang mengidentifikasi sosial terlihat melalui simbol komunitas, ciri khas kelompok, aturan tidak tertulis, serta perubahan perilaku anggota setelah bergabung di komunitas AHG. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa keterlibatan individu dalam suatu kelompok dapat membentuk cara berpikir, sikap, dan perilaku seseorang melalui proses penyesuaian terhadap lingkungan sosialnya (Sinambela et al., 2025). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa anggota komunitas mulai menyesuaikan diri dengan kebiasaan dan karakteristik yang ada di dalam kelompok, seperti ciri khas komunitas, cara berinteraksi, hingga minat terhadap

modifikasi motor. Hal ini sebagaimana yang ditegaskan oleh informan 1 menyatakan bahwa :

> *"... Yang pertama itu warna kita silveterus kita juga punya identitas kayak sticker, sama plat cover nomor custom... " (Wawancara Informan 1, 2026)*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa komunitas AHG memiliki simbol dan ciri khas yang menjadi identitas kelompok, seperti penggunaan warna silver, stiker komunitas, dan cover plat custom. Keberadaan simbol-simbol tersebut tidak hanya berfungsi sebagai penanda keanggotaan, tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan di antara anggota komunitas. Melalui penggunaan atribut yang sama, anggota mulai mengenali dirinya sebagai bagian dari kelompok serta menunjukkan identitas komunitas dalam lingkungan sosialnya. Penelitian terdahulu juga menyebutkan bahwa melalui atribut yang digunakan bersama, individu cenderung merasa lebih dekat dan menganggap dirinya sebagai bagian dari kelompok tersebut (Sutanto & Salim, 2024). Penelitian ini juga menemukan hal serupa terkait adanya ciri khas komunitas sebagai identitas kelompok. Hal tersebut terlihat dari penggunaan simbol komunitas berupa stiker AHG yang dipasang pada kendaraan maupun perlengkapan anggota. Sebagaimana disampaikan oleh informan ke-2 dalam wawancara berikut :

> *"Biasanya kita punya stiker buat simbol AHG, biasanya ditaro di motor, helm, sama spakbor depan." (Wawancara Informan 2, 2026)*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa stiker komunitas menjadi salah satu simbol yang digunakan anggota untuk menunjukkan identitas sebagai bagian dari komunitas AHG. Penggunaan stiker pada motor, helm, dan spakbor depan tidak hanya menjadi ciri khas kelompok, tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan serta menunjukkan keterikatan anggota terhadap komunitas. Penelitian terdahulu juga menyebutkan bahwa penggunaan simbol atau atribut kelompok dapat memperkuat identitas sosial anggota serta menumbuhkan rasa memiliki terhadap kelompok yang diikuti (Ardianto et al., 2026). Hasil observasi menunjukkan bahwa anggota komunitas AHG menggunakan berbagai atribut yang menjadi identitas komunitas, seperti stiker komunitas, dominasi warna silver pada kendaraan, serta cover plat nomor yang telah dimodifikasi secara khusus. Atribut-atribut tersebut memiliki kesamaan di antara anggota sehingga mudah dikenali sebagai ciri khas komunitas AHG pada gambar 3.

Gambar 3. Contoh Warna silver, stiker dan cover plat custom pada komunitas AHG
Sumber : Olahan peneliti 2026

Penelitian ini menemukan bahwa alasan seseorang menggunakan knalpot brong tidak hanya didasari oleh ketertarikan terhadap modifikasi motor, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri, mengikuti lingkungan pertemanan, serta menunjukkan identitas atau ciri khas dalam komunitas yang diikutinya sebagaimana yang di tegas oleh informan ke 1:

> *"...temen temen gua pake knalpot brong masa gua engga pake ya gua pake lah bang biar keren aja..."(wawancara informan 1, 2026)*

Berdasarkan hasil wawancara di atas, penggunaan knalpot brong dipengaruhi oleh adanya kesamaan minat dalam lingkungan pertemanan, terutama pada ketertarikan terhadap modifikasi motor. Informan menjelaskan bahwa dirinya menggunakan knalpot brong karena mengikuti kebiasaan teman-temannya agar terlihat serupa dan merasa menjadi bagian dari kelompok tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas memiliki pengaruh dalam membentuk perilaku individu melalui kesamaan minat dan interaksi sosial antaranggota. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa keterlibatan seseorang dalam kelompok yang memiliki kesamaan minat dapat memengaruhi pola pikir, sikap, dan perilakunya (Azizah & Kusumawati, 2024). Hal ini terjadi karena adanya dorongan dalam diri individu untuk menyesuaikan diri dan diterima oleh lingkungan sosial tempat ia bergabung. Penelitian ini juga menemukan bahwa alasan seseorang menggunakan knalpot brong berasal dari kemauan individu, terutama karena motor yang digunakan telah mengalami boreup. Dalam hal ini, penggunaan knalpot brong dipilih atas keinginan pribadi agar sesuai dengan kondisi dan performa motor yang telah dimodifikasi sebagaimana yang ditegas oleh informan ke 2 :

> *"...Motor gua kalo pake knalpot standar bisa meledukk, karna motor gua udh di boreup bang..."(wawancara informan 2, 2026)*

Berdasarkan hasil wawancara, keputusan menggunakan knalpot brong awalnya muncul dari keinginan pribadi yang disesuaikan dengan kondisi motor yang telah dimodifikasi. Hal ini menunjukan saat individu bergabung dalam komunitas dengan minat yang sama, pilihan tersebut semakin diperkuat melalui interaksi antaranggota. Kesamaan minat

dan modifikasi motor yang digunakan kemudian menumbuhkan rasa kebersamaan serta kesamaan identitas dalam komunitas. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa keterlibatan individu dalam kelompok dengan kesamaan minat dapat memengaruhi sikap dan perilaku seseorang (Rahma, 2024). Hal ini karena adanya dorongan untuk menyesuaikan diri serta diterima dalam lingkungan sosialnya. Penelitian ini juga menemukan bahwa alasan memakai knalpot brong tuh karena hak individu informan juga menyebutkan bahwa ada undang undang hak konsumen. Dalam hal ini, informan memaknai penggunaan knalpot brong sebagai bagian dari hak individu dan kebebasan konsumen dalam memilih komponen kendaraan sebagaimana yang ditegas oleh informan ke 3

> *"...Kalau menurut gua itu hak konsumen juga, kan ada undang-undang hak konsumen Kita beli motor pakai uang sendiri, jadi bebas mau pakai part apa, termasuk knalpot brong..." (Wawancara Informan 3, 2026).*

Berdasarkan hasil wawancara di atas, informan memahami penggunaan knalpot brong sebagai bentuk kebebasan individu dalam menentukan komponen kendaraan yang digunakan. Informan juga menganggap bahwa sebagai konsumen, mereka memiliki hak untuk memilih bagian kendaraan sesuai keinginan dan kebutuhan pribadi. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa keputusan individu dalam memodifikasi kendaraan dipengaruhi oleh preferensi pribadi dan keinginan untuk mengekspresikan diri (Pradana, 2022). Hasil observasi menunjukkan bahwa anggota komunitas AHG menggunakan berbagai jenis knalpot brong pada sepeda motor mereka. Keberagaman jenis knalpot yang digunakan mencerminkan karakteristik modifikasi yang dimiliki masing-masing anggota, sekaligus menjadi salah satu atribut yang menunjukkan identitas kelompok. Penggunaan knalpot brong dalam komunitas AHG ditampilkan pada Gambar 4.

Gambar 4. Contoh Knalpot brong yang ada dikomunitas AHG
Sumber : Olahan peneliti 2026

Berdasarkan Teori Identitas Sosial, penggunaan atribut komunitas seperti stiker, warna silver, cover plat nomor, dan knalpot brong menunjukkan bahwa anggota telah menginternalisasi identitas kelompok ke dalam identitas pribadinya. Atribut tersebut tidak hanya berfungsi sebagai penanda visual, tetapi juga menjadi simbol komunikasi yang memperlihatkan keanggotaan seseorang dalam komunitas AHG. Temuan ini menunjukkan bahwa identitas sosial yang terbentuk melalui simbol-simbol komunitas berkontribusi terhadap pembentukan identitas diri anggota.

Perbandingan Sosial

Perbandingan sosial merupakan proses ketika individu membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain untuk memperkuat identitas kelompok yang dimiliki (Ramadhan et al., 2025). Pada tahap ini, anggota mulai melihat dan membandingkan berbagai aspek yang ada dalam komunitasnya dengan komunitas lain, seperti hubungan antaranggota, suasana kelompok, serta nilai-nilai yang diterapkan dalam komunitas. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa individu cenderung membandingkan kelompok yang diikutinya dengan kelompok lain untuk melihat karakteristik yang menjadi ciri khas kelompoknya (Firdaus & Asri, 2020). Berdasarkan hasil wawancara, Informan 1 membandingkan komunitas AHG dengan komunitas motor lainnya dari sisi kedekatan hubungan antaranggota. Informan 1 mengungkapkan:

> *"Kalau di AHG lebih kekeluargaan sih bang. Semua anggota saling kenal dan sering kumpul. Kalau komunitas lain yang saya lihat anggotanya lebih banyak, tapi kadang nggak terlalu dekat satu sama lain." (Wawancara Informan 1, 2026).*

Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa informan menilai AHG memiliki suasana yang lebih akrab dan kekeluargaan dibandingkan komunitas lain. Menurut informan, seluruh anggota AHG saling mengenal dan sering menghabiskan waktu bersama melalui kegiatan berkumpul. Sementara itu, komunitas lain dipandang memiliki jumlah anggota yang lebih banyak, tetapi hubungan antaranggotanya tidak terlalu dekat. Penelitian terdahulu juga menjelaskan bahwa kedekatan hubungan antaranggota dalam suatu kelompok dapat meningkatkan rasa kebersamaan, solidaritas, dan keterikatan anggota terhadap kelompok tersebut (Nasution et al., 2025). Penelitian ini juga menemukan bahwa anggota AHG menilai komunitasnya memiliki keunggulan dibandingkan komunitas lain karena sebagian besar anggotanya berasal dari lingkungan yang sama. Hal tersebut memudahkan anggota untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan mengadakan kegiatan bersama. Sebagaimana diungkapkan oleh informan 2:

> *"...AHG beda karena anggotanya dari lingkungan yang sama, jadi lebih gampang buat kumpul dan komunikasi. Kalau komunitas lain biasanya anggotanya dari berbagai daerah jadi agak susah ngatur waktu buat kumpul."* (Wawancara Informan 2, 2026).

Berdasarkan wawancara di atas, dapat dipahami bahwa informan menilai kesamaan lingkungan tempat tinggal antaranggota menjadi salah satu faktor yang membedakan AHG dengan komunitas lain. Kedekatan lokasi antaranggota membuat komunikasi dan koordinasi menjadi lebih mudah dilakukan, sehingga anggota lebih sering berinteraksi dan mengikuti kegiatan komunitas. Sementara itu, komunitas lain yang anggotanya berasal dari berbagai wilayah dinilai memiliki kesulitan dalam menyesuaikan waktu untuk berkumpul. Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa informan memandang kemudahan dalam membangun hubungan dan menjaga kebersamaan sebagai salah satu keunggulan yang dimiliki AHG dibandingkan komunitas motor lainnya. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa kesamaan latar belakang dan kedekatan sosial antaranggota dapat mendukung terbentuknya hubungan yang lebih erat dalam suatu kelompok (Parhusip, 2022). Penelitian ini juga menemukan bahwa setelah bergabung ke dalam komunitas, terbentuk solidaritas antaranggota. Solidaritas tersebut terlihat dari adanya rasa kebersamaan, saling membantu, dan dukungan antaranggota. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh informan 1:

> *"... Kalau sama-sama anak motor trouble atau gimana itu wajib dibantu..." (Wawancara Informan 1, 2026)*

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa terbentuknya solidaritas antaranggota dalam komunitas terlihat melalui sikap saling peduli dan membantu ketika anggota mengalami kesulitan, termasuk saat terjadi kendala pada kendaraan. Rasa kebersamaan tersebut menunjukkan adanya hubungan yang erat antaranggota sebagai bentuk dukungan sosial di dalam komunitas. Penelitian terdahulu juga menyebutkan bahwa keterlibatan individu dalam suatu komunitas dengan minat yang sama dapat membentuk rasa solidaritas, kebersamaan, serta hubungan sosial yang lebih erat antaranggota (Kurniawan & Hakim, 2025). Hasil penelitian ini juga menemukan hal serupa, yaitu adanya solidaritas yang kuat antaranggota komunitas. Solidaritas tersebut ditunjukkan melalui sikap saling membantu ketika anggota mengalami kesulitan, termasuk saat menghadapi kendala pada kendaraan. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh informan 3:

> *"...Kalau ada trouble temen kita jemput, kita beresin masalah dia. Solidaritas tanpa batas..." (Wawancara Informan 3, 2026)*

Berdasarkan hasil wawancara di atas, terlihat bahwa rasa solidaritas dalam komunitas diwujudkan melalui tindakan nyata berupa kepedulian dan bantuan antaranggota. Sikap tersebut mencerminkan adanya rasa kebersamaan dan hubungan sosial yang erat di dalam komunitas. Hal ini senada dengan penelitian terdahulu, yaitu bahwa kesamaan minat dalam suatu komunitas dapat membentuk solidaritas dan rasa kebersamaan antaranggota (Al Muharam et al., 2026). Hasil observasi menunjukkan bahwa anggota komunitas AHG sering saling membantu ketika terdapat anggota yang mengalami kendala, baik saat kegiatan komunitas berlangsung maupun dalam kehidupan sehari-hari ditampilkan pada gambar 5.

Gambar 5. Contoh AHG sedang berkumpul dengan teman teman
Sumber : Olahan Peneliti 2026

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa anggota AHG cenderung memberikan penilaian positif terhadap komunitasnya dibandingkan komunitas lain. Dalam perspektif Tajfel dan Turner, kondisi tersebut merupakan bentuk positive distinctiveness, yaitu kecenderungan individu membangun citra positif kelompoknya untuk mempertahankan harga diri sosial. Kedekatan emosional, solidaritas, dan hubungan kekeluargaan yang dimiliki AHG menjadi faktor yang memperkuat identitas sosial anggota sehingga mereka merasa bangga menjadi bagian dari komunitas tersebut.

Identitas Diri terbentuk melalui Identitas Sosial

Identitas diri merupakan pemahaman individu mengenai siapa dirinya yang mencakup nilai-nilai, karakteristik pribadi, tujuan hidup, serta peran yang dijalankan dalam kehidupan sehari-hari (Hakim et al., 2021). Pada tahap ini pembentukan identitas diri, individu berperan aktif dalam mengenali, memahami, dan mengembangkan konsep tentang dirinya melalui berbagai pengalaman serta interaksi dengan lingkungan sosial. Proses tersebut membantu individu memahami nilai-nilai yang diyakini, membentuk karakter, serta menentukan bagaimana dirinya memandang dan menempatkan diri di tengah kehidupan bermasyarakat.

Komunitas memiliki peran penting dalam proses pembentukan identitas diri karena menjadi salah satu lingkungan sosial tempat individu berinteraksi, belajar, dan memperoleh pengalaman (Usman et al., 2021). Melalui keikutsertaan dalam suatu komunitas, individu tidak hanya berbagi minat atau tujuan yang sama dengan anggota lainnya, tetapi juga mulai mengenal nilai-nilai, norma, dan kebiasaan yang berlaku dalam kelompok tersebut. Interaksi yang berlangsung secara terus-menerus mendorong individu untuk menyesuaikan sikap dan perilakunya sehingga terbentuk rasa memiliki terhadap komunitas. Pengalaman tersebut kemudian memengaruhi cara individu memandang dirinya, membangun karakter, serta membentuk identitas diri yang sesuai dengan peran dan keanggotaannya dalam komunitas.

Identitas sosial dalam komunitas berpengaruh terhadap cara individu memandang dan membentuk identitas dirinya (Bramundita et al., 2024).

Keanggotaan dalam suatu komunitas membuat individu merasa menjadi bagian dari kelompok yang memiliki kesamaan nilai, tujuan, minat, atau aktivitas. Melalui interaksi yang berlangsung secara terus-menerus, individu mulai memahami norma, budaya, dan aturan yang berlaku dalam komunitas, kemudian menginternalisasikannya ke dalam sikap dan perilaku sehari-hari. Rasa memiliki terhadap kelompok juga mendorong individu untuk mempertahankan citra positif komunitas, sehingga identitas sosial yang dimiliki turut memengaruhi cara individu berpikir, berperilaku, dan mendefinisikan dirinya sebagai anggota komunitas.

Melalui identitas diri, seseorang dapat mengenali karakteristik yang dimilikinya serta memahami bagaimana dirinya berada dan berperan dalam lingkungan sosial. Pada masa remaja, proses pembentukan identitas diri menjadi sangat penting karena pada tahap ini individu sedang mencari jati diri melalui berbagai pengalaman dan interaksi dengan orang lain. Pembentukan identitas diri tidak hanya dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari dalam diri, tetapi juga oleh lingkungan sosial tempat individu berinteraksi. Salah satu faktor yang berpengaruh adalah identitas sosial, yaitu rasa memiliki dan keterikatan terhadap suatu kelompok. Ketika seseorang bergabung dalam sebuah kelompok, ia akan mempelajari nilai, norma, dan kebiasaan yang berlaku di dalamnya, kemudian menjadikan hal tersebut sebagai bagian dari cara ia memandang dirinya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses tersebut juga terjadi pada anggota komunitas AHG. Identitas diri mereka mulai berkembang sejak bergabung dengan komunitas, yang didorong oleh kesamaan minat dan hobi di bidang otomotif, keinginan untuk memperluas pertemanan, serta menambah pengetahuan mengenai modifikasi kendaraan. Seiring dengan semakin intensnya interaksi antaranggota, mereka mulai mengadopsi nilai, kebiasaan, dan karakteristik yang menjadi ciri khas komunitas. Hal tersebut terlihat dari penggunaan berbagai simbol komunitas, seperti stiker AHG, dominasi warna silver pada kendaraan, cover plat nomor custom, serta penggunaan knalpot brong sebagai bentuk ekspresi diri sekaligus identitas kelompok. Selain itu, para anggota memandang AHG sebagai komunitas yang memiliki hubungan kekeluargaan, solidaritas, dan rasa kebersamaan yang kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa identitas diri anggota tidak hanya dibentuk oleh karakteristik pribadi, tetapi juga berkembang melalui identitas sosial yang terbentuk dari proses kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Dengan demikian, keberadaan komunitas AHG tidak hanya menjadi wadah untuk menyalurkan minat di bidang otomotif, tetapi juga berperan dalam membentuk cara anggota memahami dan memaknai dirinya sebagai bagian dari kelompok yang memiliki nilai, simbol, dan karakteristik bersama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa identitas diri remaja akhir pengguna knalpot brong dalam komunitas Asdi Home Garage (AHG) terbentuk melalui tiga tahapan identitas sosial, yaitu kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Pada tahap kategorisasi sosial, anggota bergabung dengan komunitas karena memiliki kesamaan minat dan hobi di bidang otomotif, keinginan untuk

menambah relasi, serta memperoleh pengetahuan mengenai modifikasi kendaraan. Pada tahap identifikasi sosial, anggota mulai menghayati dan menjadikan nilai, simbol, serta karakteristik komunitas sebagai bagian dari identitas dirinya. Hal tersebut terlihat melalui penggunaan berbagai atribut komunitas, seperti stiker, warna silver, cover plat nomor custom, dan knalpot brong yang digunakan sebagai sarana mengekspresikan diri sekaligus menunjukkan identitas kelompok. Selanjutnya, pada tahap perbandingan sosial, anggota menilai bahwa komunitas AHG memiliki hubungan yang lebih dekat, suasana yang lebih kekeluargaan, dan solidaritas yang lebih kuat dibandingkan komunitas lain. Dengan demikian, penggunaan knalpot brong tidak hanya dipahami sebagai bentuk modifikasi kendaraan, tetapi juga sebagai simbol identitas sosial yang memperkuat rasa memiliki, kebersamaan, dan solidaritas antaranggota komunitas.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pembentukan identitas diri remaja tidak terlepas dari peran komunitas sebagai lingkungan sosial yang memberikan ruang untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, dan membangun hubungan yang bermakna. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa identitas diri tidak hanya dibentuk oleh faktor pribadi, tetapi juga melalui keterlibatan individu dalam kelompok sosial yang memiliki nilai, simbol, dan tujuan yang sama. Selain memberikan kontribusi terhadap kajian identitas sosial dalam konteks komunitas otomotif, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi berbagai pihak dalam memahami fenomena penggunaan knalpot brong secara lebih menyeluruh. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji fenomena serupa pada komunitas yang berbeda atau menggunakan pendekatan penelitian lain agar diperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai proses pembentukan identitas diri dalam berbagai lingkungan sosial.

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan knalpot brong tidak hanya berkaitan dengan modifikasi kendaraan, tetapi juga memiliki makna sebagai simbol yang membentuk identitas sosial dalam komunitas. Temuan ini diharapkan dapat menambah kajian ilmu komunikasi, khususnya mengenai hubungan antara identitas diri, identitas sosial, dan komunitas otomotif. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas fenomena serupa dengan objek maupun pendekatan yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Al Muharam, A. S., Hatu, R. A., & Latare, S. (2026). Solidaritas Pada Komunitas Ojek Padi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(4), 14340–14349. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5762

Ardianto, T., Sari, S., & Putra, D. (2026). *Analisis Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Vespa Bengkulu Bersatu Dalam Membentuk Identitas Sosial*. *5*(1), 677–684.

Azizah, A., & Kusumawati, R. (2024). *Peran keluarga dan teman sebaya dalam membentuk identitas sosial*. *1*, 24–32.

Bramundita, G. C., Adinda, & Nurhaliza, S. (2024). Komunitas Film Online sebagai Pembentuk Identitas Bersama melalui Instagram sebagai Media Komunikasi. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, *5*(1), 46–59. https://doi.org/10.37535/103005120244

Creswell, J. W. (2023). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (5th ed.)*. Sage Publications.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2023). *The Sage handbook of qualitative research (6th ed.)*. Sage Publications.

Firdaus, F., & Asri, A. (2020). STUDI EKSPLORATIF DINAMIKA KELOMPOK KARATE. *Jurnal Psikologi TALENTA*, *3*(1), 4. https://doi.org/10.26858/talenta.v1i2.13029

Hakim, A. R., Mardhiyah, A., Novtadijanto, D. M. I., Nurkholifah, N., Ramdani, Z., & Amri, A. (2021). Pembentukan identitas diri pada kpopers. *Motiva: jurnal psikologi*, *4*(1), 18. https://doi.org/10.31293/mv.v4i1.5188

Huda, J. N., & Khaerani, N. M. (2024). *Intervensi Kategorisasi Sosial dalam Mengurangi Prasangka Terhadap Penyandang Distabilitas di Pendidikan Tinggi Islam*. *3*(1).

Joko Sulistyo, Nur Handayati, Wahyu Prawesthi, Subekti, S., & Dudik Djaja Sidarta. (2025). KNALPOT Broong (Modifikasi) Kendaraan Sepeda Motor Berdasarkan Undang – Undang Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas Dan Angkutan Jalan. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, *5*(2), 1203–1212. https://doi.org/10.53625/jirk.v5i2.10595

Khadijah. (2020). *Perkembangan Jiwa Keagamaan Pada Remaja*.

Kurniawan, H., & Hakim, A. R. (2025). *Solidaritas sosial dalam komunitas kurir singgang di barito utara*. *4*, 289–300.

Miles, M. B. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (4th ed.)*. Sage Publications.

Muslihatul, R., Hendra, M. H., Alaiya, P., & Mufidah, C. (2021). *Gambaran Identitas Diri Pada Komunitas Vespa Di Blitar*. *1*(3), 203–206.

Nasution, S. H., Lubis, S., Harahap, A. M., Larosa, S. Z., & Tohira, A. (2025). Analisis Dinamika Kelompok Paskibra UINSU Untuk Membentuk Pemimpin Muda dan Solidaritas Anggota. *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia*, *4*(1), 664–669. https://doi.org/10.57235/qistina.v4i1.6222

Nauly, M., Purba, R. M., & Fauzia, R. (2022). *Dinamika identitas etnis dan identitas nasional dalam proses menjadi orang indonesia : studi pada etnis batak*. *9*, 305–331. https://doi.org/10.24854/jpu398

Parhusip, A. (2022). Interaksi sosial dalam mewujudkan kasih persaudaraan antaranggota jemaat. *Kurios*, *8*(2), 37–39. https://doi.org/10.30995/kur.v8i1.286

Pradana, E. (2022). *Pola komunikasi antar anggota komunitas motor hsfci cepu dalam membangun solidaritas*.

Qomariyah, Paroh, Rahmawati, & Lusiani, A. O. (2025). *Biologiei Educația : Jurnal Pendidikan Biologi Analisis Polusi Suara dan Udara Sebagai Bahaya Lingkungan : Studi Kasus Knalpot Motor yang Dimodifikasi (Knalpot Brong) di Banyuwangi*. *5*, 135–140.

Rahma, A. (2024). *Tingkah Laku Manusia dalam Konteks sosial*. *1*(10), 732–738.

Ramadhan, F. L., Mutahir, A., Restuadhi, H., & Rizkidarajat, W. (2025). Identitas Sosial Dalam Pola Circle Mahasiswa. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, *5*(2), 87–95. https://doi.org/10.56326/jsk.v5i2.6359

Samdzikir, M. (2020). *Media sosial untuk berdakwah dalam masyarakat virtual*. https://doi.org/10.31219/osf.io/4573r

Sinambela, A. P., Soesanto, E., & Hartanto, D. (2025). *Pengaruh Interaksi Sosial di Lingkungan terhadap Pembentukan Identitas Diri Pada Remaja Jurusan Teknik*

Lingkungan , Universitas Bhayangkara Jakarta Raya , Indonesia.

Sutanto, V., & Salim. (2024). Membangun solidaritas melalui komunikasi interpersonal : studi interaksi simbolik di. *Akmrtv.Ac.Id*, 43–53.

Tarigan, A. K. F., & Syarifah, I. M. (2024). Teori Terbentuknya Kelompok. *Jurnal Pelita Nusantara*, *1*(4), 488–493. https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i4.349

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan serta regulasi batas kebisingan kendaraan bermotor.

Usman, J., Syabuddin, S., & Zakaria, F. (2021). Teungku Identity Development: The Role of Dayah Community of Practice. *Sage Open*, *11*(3). https://doi.org/10.1177/21582440211031532

Yin, R. K. (2023). *Case study research and applications: Design and methods (6th ed.)*. Sage Publications.