

SOLIDARITAS MEKANIK dalam Perspektif Komunitas Motor CBR Community Samarinda

Fifi Nur Dwi Jayanti ¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman anggota CBR Community Samarinda dalam membangun solidaritas mekanik tengah stereotip negatif masyarakat terhadap komunitas motor. CBR Community Samarinda merupakan salah satu komunitas otomotif berbasis pengguna Honda CBR yang aktif melakukan berbagai kegiatan seperti touring, kopdar, aksi sosial, dan edukasi safety riding. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa solidaritas antar anggota terbentuk melalui interaksi rutin, rasa senasib, serta nilai kekeluargaan yang terus dibangun dalam komunitas. Solidaritas yang muncul bersifat mekanik, sebagaimana dijelaskan oleh Émile Durkheim, yakni berdasarkan kesamaan identitas, pengalaman, dan tujuan bersama. Anggota saling membantu, menjaga, dan menunjukkan loyalitas tinggi terhadap komunitas. Di sisi lain, jaringan sosial dalam komunitas ini juga memperkuat solidaritas melalui tiga bentuk modal sosial: bonding (ikatan kuat antar anggota), bridging (hubungan dengan komunitas motor lain), dan linking (relasi dengan institusi seperti Kepolisian dan Korem 091/ASN). Temuan ini menunjukkan bahwa di balik stigma negatif yang melekat pada komunitas motor, terdapat struktur sosial yang solid dan nilai-nilai positif yang berkembang. Solidaritas mekanik yang kuat menjadi modal utama dalam menjaga eksistensi komunitas dan merespons pandangan negatif dari masyarakat.

Kata kunci: solidaritas mekanik, komunitas motor, solidaritas sosial, stereotip, CBR Community Samarinda.

¹ Mahasiswa Program S1 Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: eirenenana330@gmail.com

Pendahuluan

Komunitas motor merupakan bentuk kelompok sosial berbasis kesamaan minat terhadap dunia otomotif, khususnya kendaraan roda dua. Identitas dalam komunitas ini tidak hanya dibentuk oleh atribut seperti seragam, logo, dan kode etik, tetapi juga melalui aktivitas rutin yang memperkuat interaksi antar anggota seperti kopdar, touring, dan kegiatan sosial. Interaksi ini mendorong tumbuhnya *modal sosial*, yakni jaringan kepercayaan dan norma yang memungkinkan terciptanya kerja sama dan solidaritas antarindividu dalam komunitas. Di tengah tumbuhnya komunitas motor di berbagai kota, CBR Community Samarinda muncul sebagai salah satu kelompok yang aktif dan memiliki orientasi sosial yang jelas. Berbasis pada pengguna motor sport Honda CBR, komunitas ini tidak hanya menjadi wadah hobi, namun juga medium untuk menyuarakan pentingnya keselamatan berkendara serta kepedulian sosial. Namun demikian, seperti komunitas motor lainnya, mereka tidak luput dari stereotip negatif masyarakat yang kerap menyamakan komunitas motor dengan geng “amor” citra yang identik dengan kebut-kebutan, kebisingan, atau bahkan tindakan anarkis.

Penelitian ini dilaksanakan di Taman Olahraga Balai Kota Samarinda, Jalan Bhayangkara No. 1, yang menjadi lokasi rutin kopdar CBR Community Samarinda. Area ini merupakan ruang publik strategis di pusat kota, tempat berlangsungnya interaksi langsung antar anggota komunitas, termasuk kegiatan diskusi, touring, dan aksi sosial. Pemilihan lokasi ini memungkinkan peneliti mengamati secara langsung pembentukan solidaritas, identitas kolektif, dan jaringan sosial komunitas dalam konteks keseharian mereka.

Kerangka Dasar Teori

Fenomena komunitas motor kerap diasosiasikan stereotip citra negatif seperti ugal-ugalan, kebut-kebutan, hingga asosiasi dengan kekerasan jalanan. Namun, kenyataannya, banyak komunitas motor justru berperan sebagai ruang sosial yang membangun solidaritas, jaringan sosial, dan identitas kolektif yang kuat di antara anggotanya. Penelitian ini mengkaji bagaimana komunitas *CBR Community Samarinda* membangun dan memelihara internal sebagai respons terhadap pandangan masyarakat yang cenderung menyudutkan. Untuk menganalisis dinamika sosial tersebut, digunakan tiga kerangka teori utama, yaitu **modal sosial** (Fukuyama), **solidaritas mekanik** (Durkheim), dan **identitas kolektif** (Durkheim), yang saling memperkuat dalam menjelaskan

bagaimana komunitas ini bekerja sebagai entitas sosial yang solid, inklusif, dan adaptif.

1. Modal Sosial

Fukuyama (1999) mendefinisikan modal sosial sebagai kemampuan suatu masyarakat untuk bekerja sama demi mencapai tujuan bersama, yang berakar pada nilai bersama dan kepercayaan (trust). Modal sosial terdiri atas tiga bentuk:

- **Bonding**: ikatan kuat antar anggota dalam komunitas yang homogen,
- **Bridging**: jembatan sosial yang menghubungkan komunitas dengan kelompok lain,
- **Linking**: relasi vertikal yang memungkinkan akses ke institusi dan sumber daya yang lebih besar.

2. Solidaritas Mekanik

Durkheim (1984) membagi solidaritas sosial menjadi dua jenis, namun solidaritas mekanik paling relevan dengan komunitas seperti CBR Community Samarinda. Solidaritas mekanik adalah konsep yang dikemukakan oleh Émile Durkheim untuk menjelaskan bentuk keterikatan sosial yang muncul dalam masyarakat atau kelompok yang anggotanya memiliki latar belakang, nilai, dan cara hidup yang serupa. Dalam solidaritas mekanik, hubungan antar individu terbentuk karena adanya kesamaan identitas, moral, dan tujuan, bukan karena adanya perbedaan fungsi atau peran. Solidaritas jenis ini biasanya ditemukan dalam komunitas yang bersifat homogen dan tradisional, di mana kesadaran kolektif (*collective conscience*) lebih dominan dibanding kesadaran individual. Ciri-cirinya antara lain:

- Tingginya dominasi kesadaran kolektif,
- Hubungan sosial bersifat personal dan emosional,
- Adanya sanksi represif terhadap pelanggaran norma kelompok,
- Ikatan sosial dibangun atas dasar kesamaan, bukan perbedaan fungsi.

Bahkan dalam indikator solidaritas sosial mekanik terdapat:

Homogenitas Sosial dan Kesamaan Nilai, Kesadaran Kolektif, Gotong Royong dan Kepedulian, Kontrol Moral dan Disiplin Sosial dan Ikatan Persaudaraan dan Kepemilikan Sosial.

3. Identitas Kolektif

Durkheim (1984) menekankan bahwa komunitas bukan hanya sekumpulan individu dengan kesamaan minat, tetapi merupakan ruang sosial yang menyatukan anggotanya melalui kesadaran kolektif (*collective conscience*) nilai, keyakinan, dan norma bersama yang membentuk dasar keteraturan sosial. Dari sinilah terbentuk identitas kolektif, yaitu kesadaran individu sebagai bagian dari "kami" dalam kelompok. Identitas ini diperkuat melalui interaksi rutin, pengalaman emosional bersama, serta simbol-simbol komunitas seperti logo, atribut, dan ritus bersama seperti pelantikan atau touring. Identitas kolektif menjadi landasan psikologis dan moral yang memperkuat loyalitas serta keterikatan sosial antaranggota.

Dalam komunitas motor, identitas kolektif dibentuk melalui:

- Penggunaan simbol (jaket, stiker, nomor registrasi),
- Kegiatan berkendara seperti sunmori atau jamnas,
- Solidaritas dalam menghadapi krisis (misalnya bantuan sosial atau aksi solidaritas).

Metode Penelitian

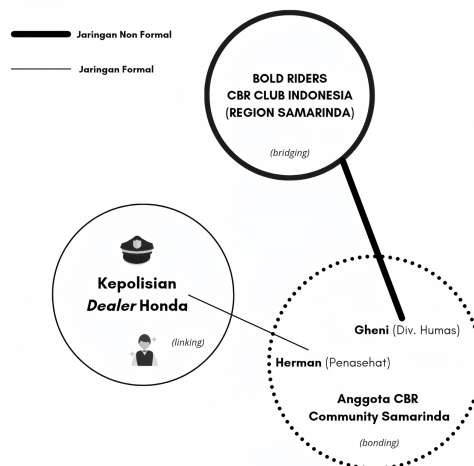
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi hermeneutik yang dikembangkan oleh Martin Heidegger. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif anggota CBR Community Samarinda dalam membangun solidaritas sosial, khususnya bentuk solidaritas mekanik yang tercermin dalam interaksi dan kegiatan komunitas. Melalui pendekatan fenomenologi, peneliti menggali makna dari pengalaman konkret yang dijalani anggota dalam aktivitas seperti kopi darat (kopdar), touring, kegiatan sosial, serta komunikasi internal. Sementara itu, dimensi hermeneutik digunakan untuk menafsirkan simbol, bahasa, dan tindakan kolektif yang membentuk identitas kolektif dan modal sosial dalam komunitas. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap sepuluh anggota aktif CBR Community Samarinda. Informan dipilih berdasarkan tingkat keterlibatan mereka dalam kegiatan komunitas, termasuk ketua, wakil ketua, penasehat, dan anggota aktif yang terlibat dalam kegiatan. Data sekunder mencakup dokumentasi kegiatan komunitas (foto, video, arsip media sosial), dokumen internal organisasi (struktur kepengurusan, sejarah komunitas, laporan kegiatan), serta publikasi daring dan berita yang relevan dengan konteks komunitas motor di Samarinda.

Setelah itu, peneliti melakukan teknik analisis data dengan tiga tahap pertama yaitu, (pengumpulan data, analisis induktif, penyajian data).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

CBR Community Samarinda berdiri pada 12 Desember 2012 sebagai komunitas pengguna dan penggemar motor sport Honda CBR. Berawal dari interaksi informal melalui media sosial dan pertemuan riding santai, komunitas ini tumbuh menjadi entitas sosial yang terstruktur, aktif dalam kegiatan touring, edukasi, dan aksi sosial. Komunitas ini juga menjadi bagian dari jaringan nasional CBR Club Indonesia bagian Samarinda (CCI), memperluas konektivitas sosialnya secara regional dan nasional. Kegiatan komunitas motor terbagi menjadi lima diantaranya: kegiatan berkendara (*touring, rolling, night ride, sunmori*), kegiatan rutin berkumpul (kopdar, korgab, jamnas), kegiatan edukasi safety (pengetahuan *safety riding*), kegiatan sosial dan pengabdian masyarakat (aksi sosial, donor darah, peduli dampak *Covid - 19*), dan kegiatan hiburan (nobar, *family gathering* dan lomba, hingga *track day*.)

Modal sosial terbagi menjadi tiga yang telah diterapkan CBR Community Samarinda diantaranya:



Tabel 1.1 Bagan Modal Sosial pada Jaringan CBR Community Samarinda

1. *Bonding Social*: adalah bentuk modal sosial berbasis hubungan personal yang kuat antar anggota yang memiliki latar belakang serupa. Di CBR Community Samarinda, bonding terbangun melalui ajakan teman, saudara, atau rekan kerja.

2. *Bridging Social*: merujuk pada hubungan sosial horizontal lintas kelompok atau komunitas setara. Komunitas ini aktif membangun relasi dengan komunitas motor lain, seperti dalam kegiatan donor darah bersama Bold Riders. Kegiatan ini memperluas jaringan sosial antar wilayah serta memperkuat kepercayaan lintas komunitas.

3. *Linking Social*: adalah modal sosial vertikal yang terbentuk antara komunitas dengan institusi formal seperti pemerintah dan aparat keamanan. Dalam praktiknya, CBR Community Samarinda menjalin hubungan yang baik dengan pihak kepolisian, terutama dalam hal pengawalan touring dan kegiatan sosial saat pandemi. Kepercayaan dari institusi formal menunjukkan kredibilitas komunitas dan memperkuat legitimasi sosialnya.

Mengacu pada teori solidaritas sosial oleh Emile Durkheim, solidaritas mekanik terjadi dalam kelompok homogen yang menyatu karena kesamaan nilai, norma, dan identitas kolektif. CBR Community Samarinda menunjukkan karakteristik ini melalui indikator berikut:

1. Homogenitas Sosial dan Kesamaan Nilai: Mayoritas anggota komunitas berasal dari latar belakang sosial yang serupa dan memiliki kecintaan terhadap otomotif. Hal ini menciptakan ikatan sosial berbasis kesamaan minat dan tujuan kolektif.

2. Kesadaran Kolektif: Tindakan bersama seperti kedisiplinan dalam touring dan partisipasi aktif dalam kopdar menunjukkan adanya kesadaran kolektif yang tumbuh dari pengalaman bersama, bukan dari paksaan eksternal.

3. Gotong Royong dan Kepedulian: Bentuk solidaritas afektif terlihat dari aktivitas gotong royong seperti membantu perbaikan motor, penggalangan dana internal, hingga pendampingan saat anggota mengalami musibah.

4. Simbol dan Ritualitas Sosial: Pakaian komunitas, logo, jargon, hingga formasi touring menjadi simbol kolektif yang mengikat identitas bersama. Ritual seperti briefing touring dan salam khas turut memperkuat rasa memiliki antaranggota.

5. Kontrol Moral dan Disiplin Sosial: Komunitas ini menerapkan kontrol sosial informal melalui teguran dan evaluasi internal yang mendorong keteraturan berdasarkan nilai kolektif, termasuk dalam menjaga citra komunitas di ruang publik dan media sosial.

6. Ikatan Persaudaraan dan Kepemilikan Sosial: Anggota menyebut komunitas sebagai "rumah kedua" atau "keluarga di jalan," menunjukkan bahwa solidaritas yang dibangun bersifat emosional dan erat. Hal ini memperkuat kohesi sosial yang berakar dari pengalaman bersama.

Durkheim menekankan pentingnya kesadaran kolektif dalam membentuk identitas kolektif, yaitu perasaan terhubung dengan kelompok sosial melalui nilai, simbol, dan tujuan bersama. CBR Community Samarinda menunjukkan identitas kolektif melalui:

- Nilai kekeluargaan dan rasa memiliki
- Penggunaan simbol komunitas seperti motor CBR, rompi, dan atribut visual lainnya
- Kegiatan berulang dan bermakna seperti kopdar dan touring
- Solidaritas dalam situasi krisis (bencana, kematian, musibah pribadi)
- Partisipasi sosial sebagai citra komunitas, seperti bakti sosial dan donor darah
- Pengakuan eksternal dari sponsor, aparat, dan masyarakat umum

Secara keseluruhan, CBR Community Samarinda bukan hanya komunitas motor, tetapi telah berkembang menjadi entitas sosial yang mencerminkan nilai-nilai solidaritas mekanik, memperkuat modal sosial, dan membentuk identitas kolektif yang khas.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa CBR Community Samarinda merupakan contoh nyata dari komunitas modern yang merepresentasikan solidaritas mekanik sebagaimana dikemukakan Émile Durkheim. Solidaritas dalam komunitas ini dibangun melalui kesamaan identitas, nilai-nilai kolektif, serta ikatan emosional yang kuat di antara para anggotanya. Enam indikator utama yang ditemukan yaitu homogenitas sosial, kesadaran kolektif, gotong royong, simbol dan ritual kolektif, kontrol sosial informal, serta rasa persaudaraan yang menegaskan bahwa komunitas ini lebih dari sekadar ruang berbagi hobi. Ia berfungsi sebagai wadah integrasi sosial yang erat dan bermakna.

Rekomendasi

Bagi komunitas CBR Community Samarinda, penting untuk menjaga dan memperluas praktik solidaritas mekanik melalui kegiatan inklusif, penyusunan etika internal, serta kolaborasi dengan aktor eksternal. Bagi pemerintah dan aparat, kolaborasi strategis dengan komunitas motor seperti ini perlu dikembangkan, terutama dalam program sosial, edukatif, dan kampanye keselamatan berkendara. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti persepsi masyarakat terhadap komunitas motor guna menggali lebih dalam relasi antara komunitas hobi dan struktur sosial di sekitarnya.

Daftar Pustaka

- Novitasari, R. T., Salim, I., & Ramadhan, I. (2021). *Upaya Komunitas Motor Supermoto Indonesia Pontianak dalam Menjaga Solidaritas Sosial Organik pada Anggota*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa, 10(1).
- Suryati, S. (2021). *Komunikasi Anggota Club Motor dalam Menciptakan Solidaritas Sosial: Penelitian pada Club Motor Honda CB Teambeull Bandung*. Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Pratama, F. A. (2019). *Media Sosial Facebook sebagai Sarana Komunikasi Komunitas Honda C50-C70-C90 Solo Raya*. Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 3(2).
- Putri, R. A. B. N. (2024). *Solidaritas Sosial Komunitas Motor HPCI: Studi Komunitas Motor Honda PCX Club Indonesia Kota Bandung*. Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Saputra, C. N. W., & Jatiningsih, O. (2021). *Relasi Gender dalam Komunitas Motor Kracker Supermoto Surabaya*. Journal of Civics and Moral Studies, 6(1), 32–47.
- Shandika, R., Hastuti, N. H., & Muadz, M. (2024). *Pola Komunikasi Komunitas Vespa Becanda Menggunakan Komunikasi Interpersonal untuk Mempertahankan Solidaritas*. Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 8(1).
- Basri, A., Asmawi, M., & Asqolani, A. (2019). *Pengaruh Komunitas Motor Literasi sebagai Gerakan Sosial terhadap Perkembangan Civic Literacy di Kota Serang*. Pro Patria: Jurnal Pendidikan, Kewarganegaraan, Hukum, Sosial, dan Politik, 2(1), 83–93.
- Wibowo, Y. M. (2012). *Modal Sosial pada Komunitas Motor di Yogyakarta (Studi pada Jogja Automotive Community Yogyakarta)*. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rahman, N. A., & Putra, E. V. (2021). *Dinamika Sosial Komunitas Motor Vixion YVCI di Kota Sungai Penuh (Studi Fenomenologi: Komunitas di Jalan Muradi Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Kabupaten Kerinci)*. Jurnal Perspektif, 4(1).

- Santoso, E. (2022). *Strategi Komunikasi Komunitas Motor CBR Club Indonesia Palembang dalam Membentuk Citra Positif kepada Masyarakat*. Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang.
- Qomaroh, R. E. (2014). *Representasi Perilaku Sosial Komunitas Motor CB Surabaya*. Paradigma, 2(1).
- Wahyuni, I. S. (2022). *Strategi Komunikasi Komunitas Motor Dalam Meningkatkan Citra Positif di Masyarakat (Studi Kasus Pada Komunitas CB Club Indonesia Chapter Medan)*. Skripsi, Universitas Medan Area.
- Yuswanto, B. (2020). *Peran Komunitas Motor dalam Kegiatan Sosial Masyarakat di Kota Cirebon*. Jurnal Sosial & Budaya, 17(2), 103–112.
- Widodo, D. A. (2019). *Konsep Modal Sosial Robert D. Putnam dalam Membangun Masyarakat Sipil*. Jurnal Pemikiran Sosial, 5(1), 54–68.
- Lestari, D. A. & Hidayat, M. R. (2018). *Solidaritas Sosial dalam Komunitas Vespa sebagai Modal Sosial di Kota Yogyakarta*. Jurnal Sosiologi Reflektif, 12(2), 235–252.
- Kurniawan, H. (2021). *Resistensi Komunitas Motor Terhadap Stigma Masyarakat: Studi pada Komunitas Thunder di Kota Bandung*. Jurnal Sosiologi Kontemporer, 3(1), 87–100.
- Irawan, T. (2016). *Identitas Sosial dalam Komunitas Motor: Studi Etnografi pada Komunitas Honda Tiger Jakarta*. Komunitas: International Journal of Indonesian Society and Culture, 8(1), 34–45.
- Saputro, B. A. (2017). *Partisipasi Sosial Anggota Komunitas Motor dalam Kegiatan Sosial Keagamaan di Kabupaten Sleman*. Jurnal Interaksi Sosial, 2(2), 45–58.
- Nasution, A. R. (2021). *Pembentukan Identitas Kolektif pada Komunitas Motor Custom di Jakarta Selatan*. Jurnal Antropologi Indonesia, 42(1), 76–90.
- Maharani, V. & Prasetyo, A. (2022). *Peran Komunitas Motor dalam Pendidikan Karakter Anggotanya*. Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora, 7(1), 1–10.