

BAB IV

KONSTRUKSI SOSIAL TENTANG PEMBELIAN AKSESORIS DAN *SPAREPART*
BAGI PENGGEMAR SEPEDA *FIXIE*

DI SURABAYA

Pada bab IV ini, peneliti akan menjelaskan konstruksi sosial tentang pembelian aksesoris dan *sparepart* bagi penggemar sepeda *fixie* di Surabaya. Kontruksi sosial itu sendiri adalah proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungan atau aspek di luar dirinya yang terdiri dari proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Kontruksi sosial adalah konsep yang menggabarkan bagaimana realitas atau makna suatu hak dibentuk melalui interaksi sosial antara individu ataupun kelompok.

Ini berarti bahwa makna atau realitas yang dianggap nyata sebenarnya bukan sesuatu yang objektif dan tidak berubah, melainkan hasil dari kontruksi yang dibangun melalui proses social. Peter L. Berger, bersama Thomas Luckmann, dalam karya mereka *The Social Construction of Reality*, menekankan bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang muncul secara alamiah atau independen dari individu, melainkan dibangun melalui interaksi sosial yang berlangsung secara terus-menerus. Dalam konteks komunitas sepeda *fixie*, anggota komunitas tidak hanya membeli *sparepart* dan aksesoris untuk fungsi praktis atau kebutuhan teknis. Tindakan konsumsi ini

merupakan bagian dari proses sosial yang lebih luas, di mana setiap pembelian, penggunaan, dan bahkan rekomendasi antaranggota komunitas, turut membentuk makna sosial yang terkait dengan identitas dan status dalam komunitas tersebut. Menurut Berger, konstruksi sosial terbentuk melalui tiga proses utama, Eksternalisasi, proses di mana individu memproyeksikan makna subjektif mereka ke dunia luar melalui tindakan. Dalam hal ini, anggota komunitas BFG mengekspresikan identitas dan preferensi mereka melalui pilihan sparepart dan aksesoris sepeda fixie. Objektivasi, makna-makna yang telah diproyeksikan menjadi objektif dan diterima sebagai kenyataan bersama oleh komunitas. Sparepart tertentu, misalnya, tidak lagi hanya berfungsi untuk meningkatkan performa sepeda, tetapi juga menjadi simbol status atau prestise dalam komunitas. Internalisasi, proses di mana individu menerima dan mengadopsi makna sosial yang telah diobjektifikasi sebagai bagian dari identitas mereka sendiri. Anggota BFG menginternalisasi bahwa memiliki sepeda fixie dengan komponen-komponen tertentu merupakan representasi dari keanggotaan dan status dalam komunitas.

Dalam bab ini, teori konstruksi sosial akan diaplikasikan untuk menjelaskan bagaimana konsumsi sparepart dan aksesoris di kalangan penggemar sepeda fixie di Surabaya tidak hanya mencerminkan kebutuhan teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh dinamika sosial dan identitas kolektif

komunitas. Melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, anggota komunitas menciptakan dan memelihara makna sosial yang terkait dengan pilihan konsumsi mereka, yang pada akhirnya memperkuat budaya dan subkultur sepeda fixie di kota tersebut.

Dengan demikian, bab ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana perilaku konsumsi di dalam komunitas BFG merupakan hasil dari konstruksi sosial yang terus berlangsung. Analisis ini akan membantu kita memahami bahwa keputusan pembelian sparepart dan aksesoris tidak hanya ditentukan oleh preferensi individu, tetapi juga oleh interaksi sosial yang membentuk makna-makna kolektif dalam komunitas fixie di Surabaya.

4.1 Kontruksi Sosial Aksesoris Bersepeda

Selain sparepart sepeda fixie, anggota komunitas Bird Fixed Gear (BFG) juga membeli aksesoris bersepeda seperti sepatu, helm, sarung tangan, topi, tas, dan celana. Aksesoris ini menjadi bagian penting dari identitas bersepeda mereka, terutama ketika aksesoris tersebut berasal dari merek-merek ternama. Sama seperti sparepart, semakin tinggi status ekonomi seorang anggota, semakin mahal pula aksesoris yang dibeli. Aksesoris ini bukan hanya sekadar alat fungsional, tetapi juga berperan sebagai simbol identitas yang menonjolkan gaya dan status seseorang di komunitas BFG.

Pembelian aksesoris dalam komunitas BFG telah menjadi elemen penting dalam proses konstruksi sosial di mana anggota komunitas membangun makna kolektif terkait dengan gaya hidup bersepeda. Anggota membeli aksesoris ini bukan hanya untuk alasan fungsional, tetapi juga untuk mencerminkan dan memperkuat citra diri mereka dalam komunitas. Kontruksi Sosial aksesoris bersepeda adalah sebagai berikut :

4.1.1 Eksternalisasi: Penciptaan Identitas melalui Aksesoris

Eksternalisasi menurut Peter L Berger dan Thomas Luckman merupakan proses mengkristalkan ke dalam pikiran tentang suatu obyek atau segala bentuk eksternalisasi yang telah dilakukan dan dilihat kembali pada kenyataan yang terjadi di lingkungan obyektif.¹ Eksternalisasi adalah proses di mana manusia mengekspresikan ide, pikiran, dan tindakan mereka ke dunia luar. Dalam tahap ini, manusia menciptakan kebiasaan, institusi, atau struktur sosial yang mencerminkan kebutuhan, nilai, atau pandangan hidup mereka. Eksternalisasi merupakan aktivitas awal manusia untuk "menghadirkan" realitas sosial dalam kehidupan sehari-hari.²

Dalam konteks komunitas BFG, anggota mengekspresikan kepribadian, status, dan gaya hidup mereka melalui pembelian dan penggunaan aksesoris

¹ Samuel Hanneman. 2012. *Peter Berger Sebuah Pengantar Ringkas*, ed. by Geger Riyanto (Depok: KEPIK, 2012).hal 13.

² Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), hlm. 49-61.

sepeda. Aksesoris yang mereka pilih, seperti sepatu, helm, tas, dan sarung tangan, mencerminkan preferensi individu terkait fashion dan fungsi bersepeda.

Dalam pembelian aksesoris sendiri, biasanya anggota dari komunitas BFG mendatangi *store-store* atau toko sepeda yang berada di Surabaya, dan ada juga yang melakukan *cod* di *cafe-cafe* dalam pembelian aksesoris. Aksesoris yang dimiliki oleh anggota BFG pun tidak bisa dibilang murah, dan aksesoris yang dibeli pun beragam, seperti sepatu sepeda, helm sepeda, dan lain-lain. Total uang yang dikeluarkan dalam pembelian aksesoris pun tidak sedikit.

Sebagai contoh, Bagus Setyawan menyebutkan bahwa ia mengeluarkan Rp.4.000.000 untuk membeli aksesoris seperti tas pinggang, sarung tangan, sepatu, dan helm. Tindakan ini adalah bagian dari proses eksternalisasi, di mana Bagus secara aktif mengekspresikan gaya hidupnya sebagai penggemar *fixie* yang ingin terlihat keren dan mengikuti tren bersepeda. Keputusan untuk membeli aksesoris ini bukan hanya untuk kenyamanan, tetapi juga untuk mencerminkan kepercayaan dirinya dan citra diri yang ingin ia tampilkan kepada komunitas dan orang di sekitarnya. Dijelaskan Bagus sebagai berikut :

"aksesoris yang saya punya itu kayak tas pinggang untuk bersepeda, sarung tangan, sepatu, helm sepeda,

*itu semua totalnya sekita Rp.4000.000 an*³

Bagus Setyawan mengatakan bahwa ia membeli aksesoris-aksesoris tersebut murni dari uang tabungan sendiri dari hasil kerjanya. Kemudian Bagus juga menyatakan bahwa memakai aksesoris tersebut saat bersepeda akan terlihat lebih keren. Hal ini sebagaimana dijelaskan Bagus sebagai berikut :

*"jadi kalau saya bersepeda dengan makai aksesoris tersebut itu juga bisa nambah percaya diri saya juga mas, terlebih lagi kalau aksesoris yang saya pakai itu bermerk, jadi lebih keren aja gitu mas"*⁴

Dalam wawancara dengan Bagus Setyawan, anggota komunitas BFG, terungkap bagaimana proses eksternalisasi terjadi melalui penggunaan aksesoris bersepeda. Bagus menjelaskan bahwa ia mengalokasikan sekitar Rp4.000.000 dari tabungannya untuk membeli berbagai aksesoris, seperti tas pinggang, sarung tangan, sepatu, dan helm sepeda. Bagi Bagus, aksesoris ini bukan hanya alat bantu fungsional, melainkan juga bagian dari gaya hidup yang merepresentasikan identitas dirinya.

Bagus menyebutkan bahwa keputusan untuk memilih aksesoris bermerek tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan saat bersepeda, tetapi juga untuk menciptakan citra diri yang lebih percaya diri dan menarik.

³ Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Bagus Setyawan. 28 Agustus 2024

⁴ Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Bagus Setyawan. 28 Agustus 2024

Penggunaan aksesoris tersebut membuatnya merasa lebih keren, terutama ketika bersepeda di komunitas yang memiliki standar estetika tertentu. Bagus mengaku bahwa dengan memakai aksesoris tersebut, ia merasa dapat mengikuti tren yang berkembang dalam komunitas fixie, sehingga menambah rasa percaya dirinya. Pernyataannya menggambarkan bahwa pemilihan aksesoris adalah bentuk nyata dari ekspresi diri yang dipengaruhi oleh keinginan untuk memenuhi standar sosial yang berlaku di komunitasnya.

Proses ini menunjukkan bahwa aksesoris bukan sekadar pelengkap dalam kegiatan bersepeda, melainkan juga sarana bagi individu untuk memproyeksikan identitas dan kepribadian mereka kepada dunia luar. Dalam komunitas BFG, pilihan aksesoris menjadi medium untuk mengekspresikan makna subjektif, sekaligus membangun pengakuan sosial dalam lingkup komunitas bersepeda tersebut.

Pada tahap eksternalisasi, hasil wawancara ini menunjukkan bahwa individu mengekspresikan makna subjektif mereka melalui tindakan pembelian dan penggunaan aksesoris. Dalam hal ini, Bagus secara sadar memilih aksesoris bermerek untuk mengekspresikan citra diri yang lebih keren dan meningkatkan rasa percaya dirinya saat bersepeda. Keputusan untuk menggunakan aksesoris tidak hanya didasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri yang diproyeksikan ke dunia luar, yang mencerminkan keinginan untuk tampil sesuai dengan

standar sosial dan estetika yang berlaku di komunitas BFG.

Tahap eksternalisasi ini, anggota komunitas BFG, seperti yang dicontohkan oleh Bagus Setyawan, secara aktif mengekspresikan identitas diri mereka melalui pilihan aksesoris bersepeda. Proses ini tidak hanya merefleksikan kebutuhan fungsional, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai sosial dan estetika yang berlaku dalam komunitas. Eksternalisasi menjadi langkah awal dalam pembentukan realitas sosial yang terlihat dalam kebiasaan bersepeda, di mana tindakan individual secara kolektif membentuk budaya dan identitas komunitas tersebut.

Fenomena ini menunjukkan bahwa aksesoris tidak hanya memiliki makna utilitarian, tetapi juga menjadi simbol ekspresi diri dan status sosial. Dengan demikian, proses eksternalisasi dalam komunitas BFG mengilustrasikan bagaimana manusia secara aktif menciptakan dan menghadirkan realitas sosial yang sarat makna melalui tindakan sehari-hari, yang pada akhirnya menjadi bagian dari budaya kolektif mereka.

4.1.2 Objektivasi: Aksesoris sebagai Simbol Status dalam Komunitas

Objektivasi menurut Peter L Berger dan Thomas Luckman merupakan proses mengkristalkan ke dalam pikiran tentang suatu obyek atau segala bentuk eksternalisasi yang telah dilakukan dan dilihat kembali pada kenyataan yang terjadi di lingkungan obyektif. Objektivasi merupakan momen

di mana hasil dari eksternalisasi (proses berbagi informasi) kemudian diakui secara umum oleh masyarakat dan menjadi realitas objektif.⁵ Objektivasi adalah proses di mana hasil eksternalisasi manusia menjadi sesuatu yang tampak objektif, seperti fakta yang dianggap nyata dan mandiri dari individu. Dalam tahap ini, realitas sosial yang diciptakan manusia dianggap sebagai sesuatu yang "alamiah" dan tidak lagi dipertanyakan asal-usulnya. Proses ini melibatkan pelembagaan (institutionalization), di mana norma-norma dan nilai-nilai sosial diterima secara luas.⁶

Sebagai contoh, ketika anggota komunitas membeli dan mengenakan aksesoris yang mahal dan bermerek, seperti helm atau tas yang eksklusif, mereka secara otomatis dianggap sebagai anggota yang lebih serius dan memiliki status yang lebih tinggi di mata komunitas. Aksesoris ini menjadi tanda atau simbol yang menunjukkan tingkat komitmen, selera, dan bahkan status ekonomi seorang anggota. Hal ini menciptakan hierarki sosial yang tidak secara eksplisit dinyatakan, tetapi terbentuk melalui simbol-simbol material seperti aksesoris yang digunakan.

Perilaku Objektivasi ini juga terlihat ketika anggota komunitas mulai membandingkan aksesoris mereka dengan anggota lain atau merasa perlu untuk memiliki aksesoris yang serupa atau lebih baik. Faiz, misalnya,

⁵ Samuel Hanneman. 2012. *Peter Berger Sebuah Pengantar Ringkas*, ed. by Geger Riyanto (Depok: KEPIK, 2012). Hlm 33.

⁶ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), hlm. 50.

menyebutkan bahwa ia masih ingin membeli lebih banyak aksesoris untuk melengkapi penampilannya. Ini menunjukkan bagaimana aksesoris telah diobjektifikasi sebagai sesuatu yang "diperlukan" untuk mempertahankan citra tertentu di dalam komunitas fixie. Hal ini sebagaimana dijelaskan Faiz sebagai berikut :

*"total uang yang saya keluarin buat beli aksesoris itu sekitar Rp.3.000.000 an. Itu saya nabung dari uang hasil kerja saya buat beli"*⁷



Gambar 4.1

Tas sepeda salah satu aksesoris yang dimiliki Faiz

Aksesoris yang dimiliki Faiz pun cukup banyak seperti helm sepeda, tas sepeda, sepatu dan tempat minum. Tetapi Faiz mengatakan bahwa ia masih merasa kurang dalam memiliki aksesoris sepeda dan masih ingin

⁷ Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Faiz Mayraldi. 28 Agustus 2024

membeli aksesoris lainnya. Hal ini sebagaimana dijelaskan Faiz sebagai berikut :

“aksesoris yang tak punya itu kayak helm sepeda, tas sepeda, sepatu, tempat minum, untuk sekarang masih itu aja mas. Dan itu saya masih pengen nambah lagi soale itu menurut saya masih kurang kayak apparel atau kaos sepeda, kacamata sepeda, sama sarung tangan.”⁸

Wawancara dengan Faiz mengungkapkan bagaimana aksesoris bersepeda telah memasuki tahap objektivasi dalam komunitas BFG. Faiz mengungkapkan bahwa ia telah mengeluarkan sekitar Rp3.000.000 untuk membeli berbagai aksesoris bersepeda, seperti helm, tas sepeda, sepatu, dan tempat minum. Meskipun sudah memiliki beberapa aksesoris tersebut, Faiz merasa bahwa ia masih kekurangan beberapa perlengkapan lain, seperti kaos sepeda, kacamata sepeda, dan sarung tangan. Ini menunjukkan bahwa aksesoris bukan hanya dianggap sebagai barang yang fungsional, tetapi juga memiliki makna sosial yang lebih dalam.

Aksesoris yang dimiliki Faiz, meskipun sudah lengkap menurut sebagian orang, ternyata tidak cukup untuk memenuhi citra diri yang ingin ia tampilkan dalam komunitas. Keinginan untuk membeli lebih banyak aksesoris berfungsi sebagai upaya untuk menjaga atau meningkatkan statusnya di mata komunitas bersepeda. Dalam hal ini, aksesoris bersepeda telah

⁸ Hasil wawancara dengan anggota BFG, Faiz Mayraldi. 28 Agustus 2024

diobjektifikasi—dianggap sebagai sesuatu yang harus dimiliki untuk menunjukkan identitas tertentu, dan bahkan untuk menjadi bagian yang diterima dalam komunitas.

Faiz mengungkapkan bahwa ia menabung dari hasil kerjanya untuk membeli aksesoris tersebut, dan pengeluaran ini dianggap sebagai investasi untuk citra sosialnya. Ini mengindikasikan bahwa di dalam komunitas bersepeda, aksesoris tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap aktivitas, tetapi juga sebagai simbol status, komitmen, dan pengakuan dalam hierarki sosial komunitas.

Tahap objektivasi dalam konstruksi sosial aksesoris bersepeda terlihat jelas dalam pengalaman Faiz, di mana aksesoris bukan hanya berfungsi secara fungsional, tetapi telah menjadi simbol status dan identitas dalam komunitas *fixie*. Keinginan Faiz untuk melengkapi aksesorisnya menggambarkan bahwa dalam komunitas ini, memiliki perlengkapan sepeda tertentu menjadi norma sosial yang diharapkan, dengan beberapa aksesoris dianggap lebih prestisius dan menandakan tingkat keanggotaan yang lebih tinggi.

Proses objektivasi ini menunjukkan bagaimana realitas sosial yang dibentuk melalui eksternalisasi—seperti pilihan aksesoris—berkembang menjadi suatu kenyataan yang tidak lagi dipertanyakan, bahkan oleh individu

yang terlibat. Aksesoris sepeda menjadi elemen kunci dalam membentuk struktur sosial dalam komunitas ini, di mana simbol-simbol material berperan penting dalam membangun pengakuan dan eksistensi sosial seseorang.

4.1.3 Internalisasi: Penerimaan dan Pembentukan Identitas Diri

Internalisasi adalah proses di mana individu menerima realitas sosial yang telah diobjektivikasi sebagai sesuatu yang ada di dalam dirinya.⁹ Dalam tahap ini, individu menyerap norma, nilai, atau kebiasaan sosial yang telah dilembagakan dan menjadikannya bagian dari kesadaran atau identitas dirinya.¹⁰ Hal ini berarti internalisasi mengenai pengalaman seseorang yang melakukan pembelian aksesoris. Dalam hal ini, makna adalah arti dan pembelian aksesoris pentingnya tersebut bagi para informan yang meklakukannya.

Pembelian aksesoris pun juga dilakukan oleh Sandy, ia juga memiliki beberapa aksesoris yang kerap ia pakai saat bersepeda. Hal ini sebagaimana dijelaskan Sandy sebagai berikut :

“aksesoris yang saya punya itu ada tas sepeda, sepatu, helm sepeda, botol minum, sama apparel-apparel atau kaos”¹¹

⁹ Samuel, Hanneman. 2012. *Peter Berger Sebuah Pengantar Ringkas*, ed. by Geger Riyanto (Depok: KEPIK, 2012). hlm 14.

¹⁰ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), hlm. 45.

¹¹ Hasil wawancara dengan anggota BFG, Sandy Yuda. 28 Agustus 2024



Gambar 4.2

Pembelian tas sepeda melalui media *online*

Dalam pembelian aksesoris, Sandy menjelaskan bahwa ia kerap membeli aksesoris-aksesoris tersebut melalui media *online*, dikarenakan lebih mudah untuk menemukan aksesoris yang ia inginkan dan juga lebih mudah untuk diakses atau dijangkau. Hal ini sebagaimana dijelaskan Sandy sebagai berikut :

“saya biasanya kalau beli aksesoris itu di media online sih mas, lebih enak aja gitu gausah capek-capek keluar, lebih gampang juga gitu buat mengakses media online nya”¹²

Dalam wawancara dengan Sandy, terungkap bagaimana aksesoris bersepeda tidak hanya menjadi barang konsumsi, tetapi juga bagian integral dari identitas pribadi yang terbentuk melalui proses internalisasi. Sandy

¹² Hasil wawancara dengan anggota BFG, Sandy Yuda. 28 Agustus 2024

menjelaskan bahwa ia memiliki beberapa aksesoris bersepeda, seperti tas sepeda, sepatu, helm, botol minum, dan apparel seperti kaos sepeda. Ia membeli aksesoris tersebut, sebagian besar melalui media online, karena menurutnya lebih mudah dan praktis dibandingkan harus keluar dan mencari di toko fisik. Pernyataan Sandy ini menunjukkan bagaimana teknologi juga berperan dalam memfasilitasi proses internalisasi dalam komunitas, dengan akses ke produk-produk yang sesuai dengan norma-norma dan preferensi sosial yang berkembang di dalamnya.

Namun, yang lebih menarik adalah bagaimana Sandy tidak hanya melihat aksesoris tersebut sebagai barang fungsional, tetapi juga sebagai bagian dari citra dan gaya hidup yang diterima dalam komunitas *fixie*. Pembelian aksesoris yang ia lakukan bukan hanya karena kebutuhan praktis, tetapi juga karena ia telah menginternalisasi bahwa memiliki aksesoris tertentu adalah bagian dari identitas yang membentuk dirinya sebagai seorang penggemar sepeda *fixie*. Keputusan untuk memilih aksesoris ini mencerminkan nilai-nilai yang telah diterima oleh Sandy dari komunitasnya, yang menjadikan aksesoris sebagai simbol penting untuk diakui dan dihargai.

Proses internalisasi ini membentuk pemahaman Sandy bahwa aksesoris bukan hanya perlengkapan fisik untuk bersepeda, tetapi juga alat untuk menunjukkan status, selera, dan komitmen terhadap komunitas. Dalam hal ini, Sandy, bersama anggota komunitas lainnya, tidak hanya mengenakan

aksesoris sebagai pelengkap, tetapi karena ia merasa bahwa itu adalah hal yang "harus dimiliki" untuk menjadi bagian dari komunitas fixie.

Dalam hal ini, Internalisasi adalah proses di mana individu menerima norma dan makna yang telah diobjektifkan oleh komunitas dan menjadikannya bagian dari identitas pribadi. Dalam komunitas BFG, anggota baru maupun lama menginternalisasi bahwa menggunakan aksesoris tertentu adalah bagian dari identitas seorang penggemar fixie. Aksesoris tidak hanya dilihat sebagai alat, tetapi juga sebagai cara untuk menunjukkan siapa mereka dalam komunitas.

Tahap internalisasi merupakan proses di mana individu secara pribadi menerima dan menyerap norma-norma sosial yang telah diobjektifikasikan dalam komunitas, sehingga membentuk bagian dari identitas pribadi mereka. Dalam kasus komunitas BFG, aksesoris sepeda menjadi simbol penting yang diterima oleh anggotanya sebagai tanda keanggotaan dan identitas sosial mereka. Pembelian dan penggunaan aksesoris bukan lagi hanya tindakan fungsional, melainkan sudah menjadi cara bagi individu untuk mengekspresikan diri dan diterima dalam struktur sosial komunitas tersebut.

Dengan demikian, internalisasi membentuk cara pandang dan perilaku anggota komunitas, yang kemudian mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan yang sesuai dengan harapan sosial yang ada.

Aksesoris sepeda yang digunakan tidak hanya mencerminkan identitas pribadi, tetapi juga identitas kolektif dari komunitas *fixie* itu sendiri, yang telah diterima sebagai bagian dari realitas sosial yang objektif.

4.2 Peran Media Sosial dan Tren Global Dalam Preferensi Pembelian

Di era digital, media sosial memiliki peran besar dalam menentukan tren dan preferensi pembelian. Sub bab ini akan membahas bagaimana tren global dalam dunia sepeda *fixie* yang muncul di platform seperti Instagram atau Youtube mempengaruhi penggemar di Surabaya. Pengaruh dari komunitas internasional ini dapat menentukan jenis aksesoris dan *sparepart* yang dianggap “keren” atau prestisius, serta membentuk perilaku konsumsi pada penggemar sepeda *fixie* lokal.

Menurut Peter L. Berger, realitas sosial terbentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.¹³ Pada konteks penggemar sepeda *fixie* di Surabaya, media sosial menjadi arena utama di mana preferensi pembelian aksesoris dan *sparepart* mereka di pengaruhi oleh tren global yang beredar secara masif.

4.2.1 Eksternalisasi

¹³ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), hlm. 49-61.

Eksternalisasi adalah proses di mana manusia mengekspresikan ide, pikiran, dan tindakan mereka ke dunia luar.¹⁴ Dalam tahap ini, manusia menciptakan kebiasaan, institusi, atau struktur sosial yang mencerminkan kebutuhan, nilai, atau pandangan hidup mereka. Eksternalisasi merupakan aktivitas awal manusia untuk "menghadirkan" realitas sosial dalam kehidupan sehari-hari.¹⁵

Penggemar sepeda *fixie* di Surabaya menciptakan dan mengekspresikan identitas mereka melalui preferensi aksesoris dan *sparepart* yang di pengaruhi oleh tren yang beredar di media sosial. Berdasarkan wawancara dengan Sandy, salah satu penggemar sepeda *fixie* di Surabaya, terlihat bagaimana preferensi dan ekspresi pribadi memengaruhi pembelian mereka. Sandy menyebutkan bahwa mengikuti tren global yang dilihat di media sosial memberikan inspirasi dalam pemilihan aksesoris sepeda *fixie* miliknya. Ia tertarik pada desain yang unik dan warna yang mencolok, hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Sandy sebagai berikut :

*"saya biasanya suka ngikutin tren-tren sepeda fixie di media sosial mas, di media sosial itu bisa jadi inspirasi saya juga buat beli aksesoris atau sparepart gitu. Jadi kalau ada desain yang bagus dan warna yang saya suka pasti saya beli"*¹⁶

¹⁴ Samuel Hanneman. 2012. *Peter Berger Sebuah Pengantar Ringkas*, ed. by Geger Riyanto (Depok: KEPIK, 2012).hlm 13.

¹⁵ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, Op. Cit., Hal 60.

¹⁶ Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Sandy Yuda. 28 Agustus 2024

Sandy juga menjelaskan bahwa, membeli aksesoris dan *sparepart fixie* yang trendy tidak hanya bertujuan meningkatkan performa sepeda tetapi untuk memperlihatkan gaya pribadi. Dalam pandangan Sandy, memiliki aksesoris yang sesuai dengan tren tidak hanya menciptakan kebanggaan tetapi juga memperkuat identitasnya sebagai bagian dari komunitas global penggemar *fixie*, seperti yang di jelaskan Sandy sebagai berikut :

"waktu itu sempet ada tren handlebar namanya bullhorn di media sosial, terus banyak dari anak-anak komunitas juga juga mulai beralih ke model tersebut. Terus akhirnya saya juga mutusin buat ganti ke handlebar yang serupa juga supaya bisa sama seperti anak-anak komunitas lainnya juga"¹⁷

Wawancara dengan Sandy mengungkapkan bagaimana proses eksternalisasi berlangsung dalam komunitas penggemar sepeda *fixie* di Surabaya, khususnya dalam hal preferensi aksesoris dan *sparepart* sepeda. Sandy mengungkapkan bahwa ia sangat terpengaruh oleh tren yang beredar di media sosial dalam memilih aksesoris sepeda *fixie*. Media sosial, menurutnya, berfungsi sebagai sumber inspirasi utama untuk menentukan desain dan warna aksesoris yang ia pilih. Sandy mengatakan bahwa ia tertarik pada desain yang unik dan warna mencolok, yang menurutnya bisa meningkatkan penampilan sepeda *fixie*-nya. Proses ini adalah contoh dari eksternalisasi, di mana ide, gaya, dan nilai-nilai pribadi yang dipengaruhi oleh

¹⁷ Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Sandy Yuda. 28 Agustus 2024

tren global diungkapkan melalui pilihan aksesoris sepeda.

Tidak hanya memilih aksesoris untuk meningkatkan performa sepeda, Sandy juga melihat pemilihan aksesoris sebagai cara untuk menunjukkan gaya pribadi dan memperkuat identitasnya dalam komunitas fixie. Hal ini semakin jelas ketika Sandy berbicara tentang tren handlebar "bullhorn" yang sedang populer di media sosial. Melihat banyak anggota komunitas fixie lainnya beralih ke model tersebut, Sandy merasa terdorong untuk mengikuti tren tersebut agar penampilannya sesuai dengan standar komunitas. Ia menjelaskan bahwa dengan memiliki aksesoris dan sparepart yang sesuai tren, ia tidak hanya mendapatkan kepuasan pribadi, tetapi juga merasakan kebanggaan dan diterima sebagai bagian dari komunitas global penggemar sepeda fixie.

Pemilihan aksesoris dan sparepart fixie oleh Sandy menunjukkan bagaimana eksternalisasi bukan hanya sekadar tindakan memilih barang berdasarkan kebutuhan fungsional, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri yang lebih dalam. Eksternalisasi ini terjadi ketika Sandy mengekspresikan preferensi pribadi melalui pemilihan aksesoris yang mencerminkan tren yang berkembang di media sosial, yang pada gilirannya memperkuat citra diri dan identitas sosialnya dalam komunitas fixie.

Melalui proses eksternalisasi, penggemar sepeda fixie seperti Sandy

mengekspresikan preferensi dan gaya hidup mereka yang dipengaruhi oleh dunia luar, terutama tren global yang berkembang di media sosial. Pilihan aksesoris dan sparepart yang mereka buat bukan hanya sekadar memenuhi fungsi praktis, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk menunjukkan siapa mereka dalam komunitas fixie. Dengan mengikuti tren yang ada, individu dalam komunitas ini membentuk identitas mereka dan mendapatkan pengakuan dari sesama anggota komunitas. Proses eksternalisasi ini, pada akhirnya, menciptakan realitas sosial yang diterima secara bersama-sama.¹⁸ Di mana aksesoris sepeda fixie menjadi simbol dari identitas dan status dalam komunitas tersebut.

4.2.2 Objektivasi

Objektivasi adalah proses di mana hasil eksternalisasi manusia menjadi sesuatu yang tampak objektif, seperti fakta yang dianggap nyata dan mandiri dari individu. Dalam tahap ini, realitas sosial yang diciptakan manusia dianggap sebagai sesuatu yang "alamiah" dan tidak lagi dipertanyakan asal-usulnya.¹⁹ Proses ini melibatkan pelembagaan (institutionalization), di mana norma-norma dan nilai-nilai sosial diterima secara luas.²⁰

¹⁸ Samuel Hanneman. 2012. *Peter Berger Sebuah Pengantar Ringkas*, ed. by Geger Riyanto (Depok: KEPIK, 2012).hlm 13.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), hlm. 49-61.

Aksesoris dan gaya yang berasal dari tren global mulai jadi bagaian dari kenyataan yang objektif di dalam komunitas. Karena sering terlihat di media sosial, preferensi global ini dianggap sebagai standar bagi para penggemar sepeda *fixie* lokal. Di komunitas *fixie*, objektivasi tercermin ketika tren atau preferensi pembelian tertentu menjadi standar yang diikuti oleh anggota komunitas. berdasarkan wawancara dengan Audy, seorang penggemar sepeda *fixie* di Surabaya, terlihat bagaimana tren pembelian aksesoris dan *sparepart* sepeda *fixie* yang awalnya bersifat pribadi berubah menjadi standar yang diakui oleh komunitas *fixie* lokal.

Audy menyebut bahwa penggunaan aksesoris tertentu dan gaya tertentu, seperti warna dan desain yang minimalis pada komponen stang dan pedal, telah menjadi standar estetika yang diterima di kalangan penggemar *fixie* di Surabaya. seperti yang dijelaskan Audy sebagai berikut :

*"kalau sekarang pakai pedal atau stang biasa yang
enggak mengikuti tren, kayaknya ada yang kurang"*²¹

Dalam pandangannya, ada nilai sosial tersendiri ketika seseorang mengikuti standar yang populer di komunitas *fixie*, baik itu dalam memilih aksesoris premium ataupun suku cadang yang dianggap keren dan relevan. Menurut Audy, tren global yang awalnya hanya terlihat di media sosial kini

²¹ Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Audy Kurnia. 28 Agustus 2024

sudah menjadi tolak ukur di komunitas *fixie* Surabaya. Audy juga mengakui bahwa dirinya sering kali tergerak untuk mengikuti tren ini bukan hanya karena faktor estetika, tetapi juga untuk mempertahankan statusnya sebagai bagian dari komunitas *fixie*.

*"saya selalu ngikutin tren-tren sepeda fixie di sosial media dalam pembelian sparepart atau aksesoris. Karena saya ngerasa tren global yang ada di sosial media ini secara gak langsung menjadi tolak ukur di komunitas sepeda fixie, ya meskipun tidak di haruskan juga tapi kalau enggak ngikutin tren kayak ada yang kurang gitu"*²²

Wawancara dengan Audy menggambarkan bagaimana proses objektivasi berlangsung dalam komunitas penggemar sepeda *fixie* di Surabaya, khususnya mengenai preferensi aksesoris dan sparepart sepeda. Audy mengungkapkan bahwa penggunaan aksesoris atau komponen tertentu yang mengikuti tren global, seperti pedal dan stang dengan desain minimalis, telah menjadi standar estetika yang diterima di kalangan penggemar sepeda *fixie*. Bagi Audy, mengikuti tren ini tidak hanya penting untuk alasan estetika tetapi juga untuk mempertahankan statusnya sebagai bagian dari komunitas *fixie*. Ia menjelaskan bahwa meskipun tidak ada aturan formal yang mengharuskan anggota komunitas mengikuti tren, tidak mengikuti tren ini membuat seseorang merasa ada yang kurang.

²² Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Audy Kurnia. 28 Agustus 2024

Proses objektivasi ini terjadi ketika tren yang awalnya bersifat pribadi dan dilihat di media sosial, seiring waktu menjadi norma yang diterima oleh seluruh anggota komunitas fixie. Bagi Audy, aksesoris dan sparepart yang kini menjadi bagian dari tren global, seperti handlebar minimalis dan pedal berdesain spesifik, bukan lagi sekadar pilihan pribadi, tetapi telah menjadi simbol yang diakui secara luas oleh komunitas. Hal ini mencerminkan bagaimana standar estetika yang berakar pada tren internasional kini menjadi bagian dari identitas kolektif dalam komunitas sepeda fixie.

Audy juga mengakui bahwa ia merasa tergerak untuk mengikuti tren tersebut, bukan hanya karena faktor penampilan, tetapi juga untuk mendapatkan pengakuan dari sesama anggota komunitas. Ia menyadari bahwa tren ini telah diobjektivasi—menjadi sesuatu yang dianggap "normal" dan "alamiah" dalam komunitas, meskipun awalnya hanya beredar di media sosial sebagai fenomena global.

Proses objektivasi dalam komunitas penggemar sepeda fixie di Surabaya menunjukkan bagaimana preferensi pribadi dan tren global yang awalnya tampak sebagai pilihan individual perlahan-lahan diinternalisasi dan diterima sebagai norma sosial yang lebih luas. Aksesoris dan sparepart sepeda yang semula hanya dilihat sebagai pilihan pribadi kini menjadi standar yang diakui bersama dalam komunitas fixie. Melalui objektivasi ini, komunitas fixie membentuk sebuah realitas sosial kolektif, di mana tren global menjadi

bagian tak terpisahkan dari identitas mereka. Objektivasi ini memperkuat posisi aksesoris sepeda tertentu sebagai simbol status dan identitas yang harus dimiliki oleh setiap anggota komunitas untuk diakui.

4.2.3 Internalisasi

Internalisasi adalah proses di mana individu menerima realitas sosial yang telah diobjektifikasi sebagai sesuatu yang ada di dalam dirinya.²³ Dalam tahap ini, individu menyerap norma, nilai, atau kebiasaan sosial yang telah dilembagakan dan menjadikannya bagian dari kesadaran atau identitas dirinya.²⁴ Setelah tren global telah diinternalisasi, penggemar *fixie* di Surabaya mulai menganggapnya sebagai bagian dari norma atau kebiasaan dalam komunitas. Pada titik ini, preferensi mereka dalam pembelian aksesoris tidak lagi dianggap sebagai pilihan pribadi, tetapi sebagai bagian dari norma sosial yang diharapkan di dalam komunitas *fixie*. Dalam teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger, internalisasi adalah tahap di mana gagasan atau norma yang telah terbentuk dalam masyarakat mulai dianggap sebagai sesuatu yang alami atau wajar oleh individu-individu dalam komunitas tersebut.

Dalam konteks komunitas *fixie* di Surabaya, wawancara dengan faiz,

²³ Samuel Hanneman. Op. Cit., Hal 12.

²⁴ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), hlm. 49-61.

seorang penggemar sepeda *fixie*, menunjukkan bagaimana internalisasi terjadi dalam preferensi pembelian aksesoris dan *sparepart fixie*. Faiz mengungkapkan bahwa mengikuti tren pembelian aksesoris *fixie* yang bagus atau populer di komunitas *fixie* Surabaya telah menjadi bagian dari kebiasaannya.

*"saya dulu itu cuman ikut-ikutan temen aja sebenarnya saya juga enggak terlalu peduli sama tren sepeda fixie yang di sosial media. Tapi sekarang sudah merasa biasa kalau sepeda fixie harus pakai aksesoris tertentu"*²⁵

Faiz juga merasa bahwa memiliki sepeda dengan aksesoris yang sesuai dengan standar komunitas adalah bentuk keanggotaan di dalam kelompok tersebut. Meskipun pada awalnya ia membeli aksesoris berdasarkan rekomendasi teman, lama-kelamaan ia merasa bahwa menggunakan aksesoris tertentu adalah hal yang wajar dan seharusnya dilakukan untuk menjadi bagian dari komunitas *fixie* di Surabaya. Sebagaimana yang di jelaskan Faiz sebagai berikut :

*"dulu itu setiap saya mau beli sparepart atau aksesoris selalu berdasarkan dari rekomendasi temen. Terus semakin kesisni saya ngerasa kalau pakai sepeda dengan aksesoris yang bukan standar fixie di Surabaya, rasanya kayak kurang pas gitu. Jadi sekarang saya ngewajarin hal itu."*²⁶

²⁵ Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Faiz. 28 Agustus 2024

²⁶ Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Faiz. 28 Agustus 2024

Wawancara dengan Faiz menggambarkan bagaimana proses internalisasi terjadi dalam komunitas sepeda fixie di Surabaya. Faiz mengungkapkan bahwa pada awalnya ia membeli aksesoris sepeda fixie hanya karena mengikuti rekomendasi teman dan tidak terlalu peduli dengan tren yang berkembang di media sosial. Namun, seiring berjalannya waktu, Faiz mulai merasa bahwa memiliki aksesoris yang sesuai dengan standar komunitas fixie di Surabaya adalah hal yang alami dan wajar. Baginya, aksesoris yang sesuai dengan tren komunitas bukan lagi sekadar pilihan pribadi atau rekomendasi teman, melainkan sudah menjadi kebiasaan yang tidak perlu dipertanyakan lagi.

Proses internalisasi ini mencerminkan bagaimana norma dan nilai yang telah terbentuk dalam komunitas fixie menjadi bagian dari kesadaran pribadi Faiz. Ia merasa bahwa untuk menjadi bagian dari komunitas fixie, ia harus menggunakan aksesoris yang diakui oleh kelompok tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi pembelian aksesoris dan sparepart fixie yang sebelumnya dipengaruhi oleh teman dan tren sosial kini telah menjadi bagian dari identitas pribadi Faiz sebagai seorang penggemar sepeda fixie.

Proses internalisasi yang dialami Faiz menunjukkan bagaimana norma-norma sosial dalam komunitas fixie, yang awalnya bersifat eksternal dan hanya diterima sebagai rekomendasi teman atau pengaruh tren media sosial, akhirnya menjadi bagian dari kesadaran pribadi dan identitas dirinya. Pada

titik ini, penggunaan aksesoris tertentu tidak hanya dilihat sebagai pilihan pribadi, tetapi telah menjadi bagian dari kebiasaan yang dianggap wajar dan alami dalam komunitas. Faiz menginternalisasi norma-norma sosial ini, sehingga preferensi pembelian aksesoris fixie yang sesuai dengan standar komunitas menjadi bagian dari identitas pribadinya sebagai seorang anggota komunitas fixie

4.3 FOMO

Fear of Missing Out (FOMO) dapat dilihat sebagai fenomena sosial yang mendorong anggota komunitas Bird Fixed Gear (BFG) untuk ikut serta dalam tren dan aktivitas tertentu, termasuk penggunaan aksesoris bersepeda bermerek atau menghadiri pertemuan komunitas. FOMO menciptakan tekanan sosial di mana anggota merasa perlu untuk "tetap terhubung" dan ikut serta dalam gaya hidup komunitas agar tidak merasa tertinggal atau tersisih.

Secara keseluruhan, konstruksi sosial FOMO dalam komunitas BFG tercipta dari interaksi sosial yang terus-menerus, di mana anggota komunitas mendorong satu sama lain untuk mengikuti gaya hidup bersepeda fixie sebagai bagian dari identitas kolektif. Hal ini menjadikan FOMO sebagai kekuatan yang mempertahankan kohesi dan semangat kebersamaan dalam komunitas.

4.3.1 Eksternalisasi: Ekspresi Identitas melalui FOMO

Dalam teori kontruksi sosial Berger dan Luckman, eksternalisasi merupakan proses di mana individu atau kelompok mengekspresikan dan mewujudkan pemikiran dan pengalaman ke dalam dunia sosial.²⁷ Eksternalisasi terjadi ketika individu atau kelompok mencoba mengekspresikan yang dipahami dan diyakini ke dalam bentuk nyata. Eksternalisasi menurut teori konstruksi sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann adalah proses di mana individu atau kelompok mengekspresikan makna dan nilai subjektif mereka ke dalam bentuk nyata di dunia sosial.²⁸ Eksternalisasi memungkinkan individu memproyeksikan identitas, nilai, atau keyakinan mereka melalui tindakan yang dapat dilihat dan diakui oleh orang lain. Eksternalisasi juga proses di mana manusia mengekspresikan ide, pikiran, dan tindakan mereka ke dunia luar. Dalam tahap ini, manusia menciptakan kebiasaan, institusi, atau struktur sosial yang mencerminkan kebutuhan, nilai, atau pandangan hidup mereka. Eksternalisasi merupakan aktivitas awal manusia untuk "menghadirkan" realitas sosial dalam kehidupan sehari-hari.²⁹

Misalnya, pada komunitas Bird Fixed Gear (BFG) di Surabaya, anggota

²⁷ Samuel Hanneman. 2012. *Peter Berger Sebuah Pengantar Ringkas*, ed. by Geger Riyanto (Depok: KEPIK, 2012). hlm 33

²⁸ Ibid.

²⁹ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), hlm. 49-61.

komunitas mengeskpresikan identitas dan gaya hidup mereka sebagai penggemar sepeda fixie melalui kegiatan bersepeda bersama dan pembelian aksesoris yang mahal dan modis. Tindakan membeli dan menggunakan aksesoris sepeda ini menjadi cara bagi anggota untuk menunjukkan status sosial, selera, dan komitmen mereka terhadap komunitas.

Contoh nyata dari proses eksternalisasi ini terlihat ketika anggota BFG seperti Bagus Setyawan memberikan penjelasan mengenai pembelian aksesoris bersepeda. Hal ini sebagaimana dijelaskan Bagus sebagai berikut :

"biasanya sih mas beli aksesoris gitu karena lagi rame aja, dan gamau ketinggalan aja, selain itu juga saya ngerasa sebagai wujud ekspresi diri aja"³⁰

Wawancara dengan Bagus Setyawan menunjukkan bagaimana proses eksternalisasi berlangsung dalam komunitas Bird Fixed Gear (BFG) di Surabaya. Bagus menjelaskan bahwa ia membeli aksesoris sepeda yang sedang tren tidak hanya untuk alasan fungsional tetapi juga sebagai cara untuk mengekspresikan dirinya. Ia merasa bahwa dengan memiliki aksesoris tertentu, terutama yang sedang populer, ia dapat meningkatkan citra dirinya dan menunjukkan komitmennya terhadap komunitas fixie. Bagus menekankan bahwa pembelian aksesoris sepeda yang trendi dan modis memberikan rasa percaya diri, sekaligus mencerminkan identitas dirinya sebagai bagian dari kelompok yang lebih besar, yaitu komunitas BFG.

³⁰ Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Bagus Setyawan. 28 Agustus 2024

Eksternalisasi di sini bukan hanya melibatkan tindakan fisik seperti membeli aksesoris, tetapi juga mencerminkan bagaimana identitas sosial dan nilai-nilai yang dibangun dalam komunitas fixie terwujud dalam tindakan sehari-hari. Dengan membeli aksesoris yang sesuai dengan tren, Bagus turut berkontribusi pada proses penciptaan makna sosial yang lebih besar, yang pada gilirannya membentuk identitas kolektif komunitas fixie. Di sini, aksesoris tidak hanya dilihat sebagai barang atau alat praktis, tetapi sebagai simbol solidaritas, status sosial, dan keanggotaan dalam komunitas.

Proses eksternalisasi yang digambarkan dalam wawancara dengan Bagus Setyawan menggambarkan bagaimana individu mengekspresikan identitas dan nilai sosial mereka melalui tindakan nyata dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks komunitas fixie di Surabaya, eksternalisasi bukan hanya tentang membeli aksesoris, tetapi juga cara untuk mengkomunikasikan status sosial dan keanggotaan dalam komunitas. Bagus, melalui tindakannya, menunjukkan bagaimana pembelian aksesoris yang tren dapat mencerminkan ekspresi diri, membangun solidaritas, dan mengukuhkan identitas kolektif dalam komunitas BFG. Eksternalisasi ini berperan dalam pembentukan nilai sosial yang mengakar dalam kehidupan komunitas, menciptakan kebiasaan dan norma yang diterima bersama.

4.3.2 Objektivikasi : FOMO sebagai Realitas Sosial

Objektivasi menurut Peter L Berger dan Thomas Luckman merupakan proses mengkristalkan ke dalam pikiran tentang suatu obyek atau segala bentuk eksternalisasi yang telah dilakukan dan dilihat kembali pada kenyataan yang terjadi di lingkungan obyektif. Objektivasi merupakan momen di mana hasil dari eksternalisasi (proses berbagi informasi) kemudian diakui secara umum oleh masyarakat dan menjadi realitas obyektif.³¹ Objektivasi adalah proses di mana hasil eksternalisasi manusia menjadi sesuatu yang tampak obyektif, seperti fakta yang dianggap nyata dan mandiri dari individu. Dalam tahap ini, realitas sosial yang diciptakan manusia dianggap sebagai sesuatu yang "alamiah" dan tidak lagi dipertanyakan asal-usulnya. Proses ini melibatkan pelebagaan (institutionalization), di mana norma-norma dan nilai-nilai sosial diterima secara luas.³²

Pada tahap ini, aksesoris sepeda dan tindakan konsumtif yang terkait dengan bersepeda fixie diakui sebagai simbol status dan komitmen dalam komunitas. Ketika anggota komunitas membeli dan mengenakan aksesoris bermerek atau mahal seperti helm, tas, atau sepatu, aksesoris tersebut berfungsi sebagai tanda yang menunjukkan level komitmen mereka serta status ekonomi yang lebih.

³¹ Samuel Hanneman. 2012. *Peter Berger Sebuah Pengantar Ringkas*, ed. by Geger Riyanto (Depok: KEPIK, 2012). Hal. 20

³² Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), hlm. 49-61.

Adapun informan Faiz yang memberikan pendapatnya tentang pembelian aksesoris waktu lagi rame-ramenya meskipun hampir sudah ada. Hal ini sebagaimana dijelaskan Faiz sebagai berikut :

”Sudah beli cukup lengkap sih mas, cuman pengen nambah lagi aja biar keren. Kan beli aksesoris juga penting dan dibutuhkan oleh saya dan teman-teman komunitas³³

Wawancara dengan Faiz menunjukkan bagaimana proses objektivasi berlangsung dalam komunitas Bird Fixed Gear (BFG) di Surabaya. Meskipun Faiz sudah memiliki sejumlah aksesoris sepeda yang lengkap, ia merasa masih perlu menambah aksesoris lainnya agar tampil lebih "keren" dan sesuai dengan standar komunitas. Hal ini menggambarkan bagaimana aksesoris sepeda, yang pada awalnya mungkin hanya dipandang sebagai barang fungsional, kini telah menjadi simbol yang diakui dalam komunitas. Dalam pandangan Faiz, memiliki aksesoris sepeda tertentu tidak hanya soal memenuhi kebutuhan pribadi, tetapi juga tentang menunjukkan komitmen dan status sosial dalam komunitas fixie.

Proses objektivasi ini terlihat jelas dalam bagaimana aksesoris sepeda menjadi hal yang dianggap "penting" atau "dibutuhkan" dalam komunitas BFG. Meskipun pada awalnya aksesoris mungkin hanya diinginkan untuk alasan pribadi, lama-kelamaan, hal tersebut menjadi bagian dari realitas sosial yang

³³ Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Faiz Mayraldi. 28 Agustus 2024

diterima secara kolektif. Aksesori sepeda kini bukan hanya alat untuk mendukung aktivitas bersepeda, tetapi simbol yang menunjukkan status dan citra diri dalam komunitas.

Proses objektivasi yang tercermin dalam wawancara dengan Faiz menunjukkan bagaimana aksesori sepeda fixie, yang awalnya mungkin dilihat sebagai pilihan individu, bertransformasi menjadi bagian dari realitas sosial yang lebih besar. Aksesori ini kini dianggap sebagai simbol status yang diakui oleh anggota komunitas BFG, di mana memiliki aksesori tertentu menandakan komitmen dan keseriusan seseorang dalam komunitas. Melalui objektivasi, komunitas fixie di Surabaya menciptakan norma sosial yang mengatur apa yang dianggap "penting" atau "dibutuhkan", memperkuat nilai-nilai yang ada dan membentuk pola perilaku kolektif. Hal ini menjadikan objek sosial seperti aksesori sepeda lebih dari sekadar barang fungsional, tetapi sebagai simbol yang mendefinisikan status sosial dan identitas individu dalam komunitas.

4.3.3 Penyerapan Nilai FOMO dalam Kehidupan Sehari-hari

Internalisasi adalah proses di mana individu menerima realitas sosial yang telah diobjektifikasi sebagai sesuatu yang ada di dalam dirinya. Dalam tahap ini, individu menyerap norma, nilai, atau kebiasaan sosial yang telah dilembagakan dan menjadikannya bagian dari kesadaran atau identitas

dirinya.³⁴

Dalam konteks komunitas Bird Fixed Gear (BFG), proses internalisasi adalah tahap di mana nilai dan makna yang dihasilkan dari eksternalisasi dan objektivasi sepenuhnya diterima dan diadopsi oleh individu sebagai bagian dari identitas pribadi mereka.³⁵ Melalui internalisasi, anggota komunitas mulai melihat aksesoris sepeda bukan hanya sebagai kebutuhan praktis, tetapi juga sebagai representasi status, identitas, dan kebanggaan pribadi. Contoh internalisasi terlihat pada anggota komunitas seperti Sandy, yang membeli aksesoris sepeda secara online karena lebih mudah diakses. Ia tidak hanya membeli aksesoris ini untuk kebutuhan bersepeda, tetapi juga sebagai bagian integral dari gaya hidupnya di komunitas fixie. Sandy merasa bahwa memiliki aksesoris bermerek adalah hal penting untuk menonjolkan citra dirinya dalam komunitas, sehingga keputusan untuk terus membeli aksesoris sesuai tren menunjukkan bagaimana nilai-nilai komunitas ini telah menjadi bagian dari identitas pribadinya. Sebagaimana seperti yang dijelaskan oleh sandy sebagai berikut :

"saya kalau biasanya kalau beli sparepart atau aksesoris melalui online mas lebih gampang soalnya, untuk aksesoris juga saya beli yang bermerek mas, itu udah pasti penting soalnya lebih keren aja sama bisa

³⁴ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, Op. Cit., Hal 59.

³⁵ Samuel Hanneman. 2012. *Peter Berger Sebuah Pengantar Ringkas*, ed. by Geger Riyanto (Depok: KEPIK, 2012).hlm. 14

*lebih percaya diri lagi kalau di komunitas itu mas*³⁶

Wawancara dengan Sandy memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana proses internalisasi terjadi dalam komunitas Bird Fixed Gear (BFG). Sandy menjelaskan bahwa ia membeli aksesoris sepeda melalui platform online karena kemudahan akses, namun lebih dari itu, ia memilih aksesoris bermerek karena itu telah menjadi bagian dari gaya hidupnya dalam komunitas fixie. Sandy merasa bahwa memiliki aksesoris bermerek bukan hanya soal kebutuhan fungsional, tetapi juga soal meningkatkan citra diri dan kepercayaan diri dalam komunitas.

Sandy menunjukkan bahwa pilihan untuk membeli aksesoris sesuai tren bukan hanya untuk mendukung aktivitas bersepeda, tetapi sebagai cara untuk menunjukkan identitas dan status dalam komunitas. Keputusan untuk terus mengikuti tren dan membeli aksesoris yang sesuai dengan standar komunitas fixie menunjukkan bagaimana nilai-nilai sosial yang terbentuk melalui eksternalisasi dan objektivasi telah diterima dan diinternalisasi oleh individu sebagai bagian dari identitas pribadinya.

Proses internalisasi yang tercermin dalam pengalaman Sandy menunjukkan bahwa nilai-nilai sosial yang terbentuk dalam komunitas fixie melalui eksternalisasi dan objektivasi telah diterima dan dipraktikkan sebagai bagian dari identitas pribadi. Bagi Sandy, aksesoris sepeda bukan hanya

³⁶ Hasil wawancara dengan anggota komunitas BFG, Sandy Yuda. 28 Agustus 2024

barang untuk kebutuhan fungsional, melainkan simbol status, identitas, dan ekspresi diri. Dengan mengadopsi nilai-nilai komunitas *fixie* dalam kehidupan sehari-harinya, Sandy memperlihatkan bagaimana internalisasi dapat membentuk pola perilaku dan pandangan individu terhadap dunia sekitarnya, menjadikan sepeda *fixie* sebagai bagian dari kehidupan sosial dan identitas yang diakui oleh komunitasnya.

Melalui pembahasan dalam bab ini, dapat disimpulkan bahwa pembelian aksesoris dan *sparepart* bagi penggemar sepeda *fixie* di Surabaya tidak hanya di pengaruhi oleh faktor fungsional semata, tetapi juga oleh konstruksi sosial yang melibatkan aspek identitas, gaya hidup, dan interaksi dalam komunitas. Preferensi terhadap aksesoris dan *sparepart* terbentuk melalui dinamika sosial, dimana rekomendasi dari sesama anggota komunitas, tren estetika, serta nilai-nilai yang berkembang dalam budaya *fixie* menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan.

Hal ini sejalan dengan konsep sosial bahwa konsumsi bukan hanya tentang pemenuhan kebutuhan, tetapi juga cerminan dari afiliasi sosial dan ekspresi diri. Dengan demikian, fenomena ini menunjukkan bagaimana sepeda *fixie* telah menjadi bagian dari konstruksi sosial yang lebih luas, dimana makna dan nilai suatu produk tidak hanya di tentukan oleh fungsi fisiknya, tetapi juga bagaimana produk tersebut dikontekstualisasikan dalam kehidupan sosial para penggunanya.

