

ANALISIS PENERAPAN PRINSIP DESAIN PADA FEED INSTAGRAM AUTHENTISM DALAM MEMBANGUN IDENTITAS BRAND

Fauzan Travida Shidqin Fahrudin¹, Aris Kurniawan²
Desain Komunikasi Visual
Institut Teknologi Nasional Bandung
fauzan.travida@mhs.itenas.ac.id¹, ariskurniawan@itenas.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan kreativitas motor kustom di kota Bandung, dengan membandingkan periode pra-sosial media dan pasca-sosial media. Melalui pendekatan kualitatif yang mencakup studi kasus, wawancara mendalam, dan observasi lapangan, mengidentifikasi aspek desain, proses modifikasi, peran bengkel, serta pengaruh lokal dan global. Berdasarkan temuan dalam studi lapangan, menunjukkan adanya adaptasi kreatif dalam mengatasi keterbatasan sumber daya, termasuk melalui inovasi fabrikasi, pencarian alternatif suku cadang, dan kolaborasi komunitas. Berakar pada tradisi seni rupa sejak tahun 1970-an, kreatifitas dalam memodifikasi motor kustom di Bandung mengalami perkembangan signifikan. Terutama pada sekitar tahun 1988 dengan berdirinya Bikers Brotherhood. Era pasca-sosial media mempercepat ekspansi budaya ini melalui akses informasi, pemasaran digital, dan kolaborasi lintas komunitas. Penelitian ini merekomendasikan penguatan regulasi, pengembangan ekonomi kreatif, dan promosi nilai-nilai lokal sebagai upaya mendukung keberlanjutan budaya motor kustom di kota Bandung.

Kata Kunci: Bandung, motor kustom, kreativitas, komunitas, media sosial

PENDAHULUAN

Bandung dikenal sebagai salah satu pusat kreativitas di Indonesia, dan telah diakui sebagai kota kreatif, baik secara nasional maupun internasional. Dalam spektrum yang lebih spesifik, budaya motor kustom, khususnya untuk kategori motor besar (Moge), berkembang pesat di Bandung sebagai representasi dari kebebasan berekspresi, kemandirian, dan kecanggihan teknik modifikasi. Salah satu aspek yang kini semakin relevan adalah bagaimana era media sosial memengaruhi perkembangan komunitas dan estetika budaya kustom itu sendiri.

LATAR BELAKANG

Berdasarkan wawancara dengan Iwan Irawan, salah satu pendiri Bikers Brotherhood, budaya motor kustom di Indonesia berawal dari komunitas seni rupa pada dekade 1970-an. Pada masa itu Motor Antik Club Indonesia (MAC) mulai mempopulerkan restorasi motor klasik di Bandung. Namun, atas keterbatasan dalam restorasi akhirnya mendorong seniman muda untuk mengeksplorasi modifikasi motor sebagai medium ekspresi baru. Pada tahun 1988, berdirilah Bikers Brotherhood, yang didominasi oleh mahasiswa seni rupa dari Institut Teknologi Bandung (ITB). Klub ini membawa paradigma baru, di mana motor kustom tidak hanya dipandang sebagai alat transportasi tetapi juga sebagai bentuk seni bergerak yang mencerminkan identitas pembuatnya.

Awalnya, perkembangan modifikasi ini sangat terbatas pada lingkup kecil, dan penyebaran ide sangat bergantung pada majalah otomotif luar negeri, serta acara pameran. Tren gaya seperti Chopper, Japstyle, dan Apehanger mulai diadaptasi dan

menjadi populer di kalangan komunitas lokal. Festival pertama dalam rangka merayakan ulang tahun Bikers Brotherhood, diselenggarakan di Jalan Diponegoro, Bandung, sebelum akhirnya berpindah ke Saparua pada awal 1990-an. Acara ini menjadi ruang terbuka bagi publik untuk mengenal, mengapresiasi, dan terinspirasi oleh kreativitas dalam dunia motor kustom.

Tren motor kustom di Bandung tidak hanya berfokus pada estetika visual tetapi juga melibatkan eksplorasi teknis. Para pengrajin lokal, tukang las, dan bengkel kecil mulai memainkan peran penting dalam membangun fondasi modifikasi ini, dengan kemampuan untuk memadukan inovasi teknis dan desain yang autentik.

Bandung telah lama dikenal sebagai pusat kreativitas di Indonesia, tidak hanya dalam bidang seni rupa dan mode, tetapi juga dalam dunia modifikasi motor kustom. Kota ini memainkan peran krusial dalam membentuk tren dan standar baru dalam industri kustom motor di Indonesia, bahkan diakui di panggung internasional. Keberhasilan seperti yang dialami oleh Didot dari Retrograde Slaughterhouse (RSH) dalam memenangkan ajang bergengsi seperti Kustomfest 2012 di Jogja, dengan motor modifikasi 'Careeta Machine' merupakan bukti nyata akan hal ini. Penghargaan dari juri internasional seperti Art Hall dari Quick Throttle California dan Edy dari Red Garage Malaysia menegaskan bahwa inovasi dan kreativitas para builder Bandung memiliki standar global.

Wawancara langsung dengan Didot, pendiri Retrograde Slaughterhouse, menekankan bahwa modifikasi motor bukan sekadar tentang estetika visual, melainkan juga tentang keseimbangan antara fungsi dan desain. Proses kreatif di RSH dimulai dengan diskusi mendalam dengan pelanggan untuk memastikan setiap karya tidak hanya memenuhi permintaan, tetapi juga mencerminkan karakter yang autentik. Jika permintaan pelanggan dinilai kurang proporsional dengan desain keseluruhan, Didot akan memberikan alternatif solusi yang lebih harmonis. Filosofi ini menempatkan kreativitas sebagai landasan utama dalam setiap karya yang dihasilkan.

Wawancara dengan Yudi, salah satu builder senior di Bikers Brotherhood, menyoroti peran penting festival dalam proliferasi budaya motor kustom. Festival bukan hanya sekadar ajang pameran, tetapi juga sarana penting dalam mendorong pertumbuhan kreatifitas ini melalui beberapa aspek:

1. **Pertemuan Para Penggemar:** Festival menyatukan berbagai kalangan penggemar motor kustom, menciptakan lingkungan dinamis di mana ide dan inspirasi dapat dipertukarkan. Aspek komunal ini membentuk rasa kebersamaan dan mendorong eksplorasi lebih lanjut dalam modifikasi.
2. **Pameran Kreativitas:** Acara ini sering kali menampilkan pameran motor kustom, di mana para builder dapat memamerkan hasil karyanya. Eksposur ini tidak hanya mengakui keterampilan individu tetapi juga menginspirasi orang lain untuk bereksperimen.
3. **Workshop dan Demonstrasi:** Banyak festival menyelenggarakan workshop dan demonstrasi langsung yang dipimpin oleh builder berpengalaman. Aktivitas ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk mempelajari keterampilan dan teknik baru.
4. **Jaringan dan Kolaborasi:** Festival berfungsi sebagai hub jaringan, menghubungkan builder, pemasok suku cadang, dan komunitas lainnya. Hubungan ini sering kali mengarah pada kolaborasi, pertukaran sumber daya, dan penemuan komponen langka yang mendukung perkembangan kreatifitas kustom.

Melalui berbagai aktivitas tersebut, festival berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan dan penyebaran budaya motor kustom, mendorong kreativitas dan kolaborasi di antara para penggemar dan praktisi..

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini terdiri dari tiga pertanyaan utama. Pertama, bagaimana perbandingan bentuk kreativitas motor kustom di Bandung pada dua periode yang berbeda, yaitu pra-media sosial dan pasca-media sosial, dengan fokus pada proses pembuatan, elemen desain, serta dinamika komunitas. Kedua, bagaimana faktor internal, seperti akar kreatifitas lokal Bandung, dan kekhasan pembuat motor, serta faktor eksternal, seperti pengaruh gaya Amerika atau negara lain, mempengaruhi tren motor kustom di Bandung. Ketiga, bagaimana dampak ekonomi kreatif, termasuk sektor UMKM, pariwisata, dan produk merchandise, serta kebutuhan akan regulasi terkait legalitas kendaraan di jalan, dan standar keselamatan, mempengaruhi keberlanjutan budaya motor kustom di Bandung.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini terdiri dari tiga hal. Pertama, untuk mengetahui perkembangan gaya kreatif, proses teknis, dan estetika motor kustom di Bandung pada dua periode (pra- dan pasca-sosial media). Kedua, untuk menganalisis pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap evolusi modifikasi, desain, serta komunitas. Ketiga, untuk memberikan rekomendasi terkait peluang pengembangan ekonomi kreatif berbasis subkultur kustom dan merancang kebijakan/regulasi agar kreasi ini dapat berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Peneliti berupaya menggali fenomena modifikasi motor kustom secara mendalam dari berbagai perspektif (individu pembuat, bengkel/workshop, komunitas).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi tiga pendekatan. Pertama, studi literatur yang mencakup jurnal ilmiah, buku, laporan pemerintah, data survei, serta kajian IKK (Indeks Kota Kreatif) di Jawa Barat. Kedua, wawancara mendalam dengan para builder ternama, pemilik bengkel, dan pengurus komunitas. Ketiga, observasi lapangan yang dilakukan dengan meninjau workshop/bengkel dan event kustom.

ANALISA DATA

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua teknik utama. Pertama, analisis tematik (Braun & Clarke, 2006) untuk menggali tema-tema seperti "pendekatan pembuatan sparepart," "ciri estetika kustom," dan "strategi komunitas era pasca-sosmed." Kedua, triangulasi data (wawancara, observasi, dan dokumen) digunakan sebagai uji kredibilitas.

1. Teori Inspiration/Genius (Plato, 4 SM; Cropley & Cropley, 2013): Mengaitkan modifikasi motor kustom dengan inspirasi mendadak "bernuansa seni otentik". Walau demikian, pendekatan ini cenderung kurang menekankan dimensi komunitas.
2. Teori Sosial (Landry, 2012; Florida, 2002): Menggarisbawahi bahwa kreativitas muncul karena interaksi komunitas, warisan budaya, dan dukungan ekosistem perkotaan.
3. Teori Kreativitas dari Batasan (Scopelliti & Cillo, 2013): Menjelaskan bagaimana keterbatasan finansial, material, dan teknologi dapat mendorong individu untuk berpikir lebih kreatif dan inovatif.
4. Kreativitas dalam Teknik Permesinan (Cropley, 2015): Menyoroti penggunaan kreativitas dalam optimalisasi desain mesin, fabrikasi manual, pemecahan masalah, dan peningkatan performa motor.
5. Faktor Pribadi dan Sosial dalam Kustomisasi (Lai & Aritejo, 2013): Menunjukkan bahwa kebutuhan akan keunikan, identitas pribadi, dan dukungan komunitas mendorong individu untuk memodifikasi motor.
6. Peran Media Sosial dalam Kreativitas (Upadhyay, 2024): Menggambarkan bagaimana media sosial memperluas akses ke tren global, memfasilitasi kolaborasi, dan meningkatkan eksposur karya kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pada penelitian ini berfokus pada berbagai aspek kreativitas dalam dunia motor kustom, dengan perbandingan antara kondisi sebelum dan setelah era media sosial. Analisis mencakup evolusi kreatifitas motor kustom dari era pra-sosial media yang terbatas pada komunitas lokal dan pengaruh eksternal, hingga masa pasca-sosial media yang memberikan akses global dan peluang kolaborasi yang lebih luas. Selain itu, dibahas berbagai bentuk-bentuk kreatifitas yang muncul dalam modifikasi motor, baik dari segi desain, teknik, maupun ideologi. Pengaruh internal dari komunitas dan individu, serta pengaruh eksternal dari tren internasional, menjadi faktor utama yang mendorong perkembangan budaya motor kustom di Indonesia.

Kreatifitas budaya motor kustom:

(Iwan, 2024): *"Pemikiran tentang kustom ini bukan hanya sekadar perubahan barang. Banyak yang berhasil, tetapi ada juga yang tidak. Namun, intinya, kustom itu adalah cara berpikir yang kreatif dan tidak standar, seperti kebiasaan harian orang-orang. Orang-orang kustom ini biasanya punya pola pikir berbeda. Pemikiran orang yang terjun ke dunia kustom biasanya begini: 'Aku bisa mengubah sesuatu karena sudah terbiasa dan memiliki pemikiran yang kreatif.' Namun, tidak semua orang punya kemudahan seperti itu. Ada yang kurang modal atau material. Jadi, ketika membuat sesuatu, mereka tidak ingin sama dengan orang lain."*

Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Lai & Aritejo (2013) yang menyoroti bahwa sikap terhadap modifikasi motor memiliki hubungan yang erat dengan kebutuhan akan keunikan (*need for uniqueness*). Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa individu dengan dorongan kuat untuk tampil unik cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap budaya modifikasi motor.

Penelitian ini membagi kebutuhan akan keunikan menjadi tiga dimensi utama:

1. *Creative Choice Counterconformity*: Individu cenderung membuat pilihan kreatif yang berbeda dari yang umum, sehingga motor yang dimodifikasi mencerminkan identitas dan kreativitas pribadi mereka.
2. *Unpopular Choice Counterconformity*: Pilihan yang tidak sepenuhnya sesuai dengan norma kelompok digunakan sebagai cara untuk mengekspresikan keunikan, meskipun tidak selalu menjadi pendorong utama dalam modifikasi.
3. *Avoidance of Similarity*: Individu cenderung menghindari desain yang dianggap terlalu umum atau populer, memilih untuk membuat karya yang benar-benar berbeda dari yang lain.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa individu dengan dorongan kuat untuk mengekspresikan keunikan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk terlibat dalam aktivitas modifikasi motor. Aktifitas ini bukan sekadar sebagai bentuk rekreasi tetapi sebagai sarana untuk menampilkan identitas kreatif kepada publik.

Perbandingan Kreativitas Motor Kustom Pra-Sosial Media vs. Pasca-Sosial Media

1) *Pra-Sosial Media*

Sebelum era media sosial, proses kreatif dalam budaya motor kustom di Bandung berkembang dalam lingkungan yang lebih terbatas dan bersifat lokal. Yudi (2024) menyatakan bahwa interaksi langsung antar-builder dan komunitas memegang peran penting dalam penyebaran ide dan keterampilan dalam dunia modifikasi motor. Proses ini ditandai oleh beberapa hal, antara lain: pertama, interaksi tatap muka langsung yang terjadi melalui pertemuan di bengkel, komunitas motor, dan festival lokal, di mana komunikasi dan transfer ilmu terjadi melalui obrolan santai antar-builder, yang sering kali mencakup informasi teknis dan estetika. Kedua, inspirasi dari majalah impor, di mana majalah otomotif internasional menjadi sumber utama referensi untuk desain dan teknik modifikasi, dengan tren seperti Chopper dan Bobber banyak diadopsi dari publikasi luar negeri. Ketiga, pertumbuhan bengkel secara organik, di mana bengkel-bengkel kecil sering kali berkembang secara alami, dimulai dari garasi rumah dan menerapkan pendekatan trial and error dalam proses kreatif mereka. Keempat, minimnya standarisasi keselamatan, yang disebabkan oleh keterbatasan akses terhadap informasi teknis yang

lebih mendalam, sering kali membuat standar keselamatan dalam modifikasi motor diabaikan atau tidak diprioritaskan.

Studi oleh Upadhyay (2024) mendukung pernyataan ini, dengan menekankan bahwa dalam ekosistem pra-sosial media, kreativitas berkembang dalam ruang terbatas yang mengandalkan koneksi interpersonal langsung dan sumber daya yang ada di lingkungan sekitar.

Dari Yudi (2024) mendeskripsikan ciri khas kreativitas pra-sosial media meliputi beberapa hal, antara lain: pertama, fokus pada modifikasi berbasis referensi visual dari media cetak, di mana informasi mengenai desain dan teknik modifikasi lebih banyak diperoleh dari majalah atau publikasi cetak. Kedua, eksperimen manual dengan teknik fabrikasi tradisional, yang memungkinkan para builder untuk menggali potensi teknik modifikasi yang lebih klasik dan sederhana. Ketiga, pertukaran pengetahuan yang lambat namun mendalam melalui interaksi langsung antar-builder, yang memungkinkan terbentuknya hubungan personal dalam proses belajar. Keempat, terbatasnya akses ke tren global dan standar teknis internasional, yang membuat perkembangan modifikasi motor di daerah tertentu lebih terfokus pada teknik dan gaya pribadi tanpa banyak dipengaruhi oleh tren global.

2) *Pasca-Sosial Media*

Kehadiran platform digital seperti Instagram, YouTube, dan Facebook mengubah lanskap kreativitas dalam modifikasi motor kustom di Bandung. Yudi (2024) menyoroti bagaimana era digital membuka peluang lebih luas bagi para builder muda untuk terinspirasi dan mengembangkan keterampilan mereka. Proses kreatif di era pasca-sosial media memiliki beberapa ciri khas, antara lain: pertama, benchmarking desain yang lebih luas, di mana builder dapat dengan mudah mengakses tren global, teknik terbaru, dan karya dari builder di berbagai negara melalui media sosial, yang memungkinkan mereka untuk memperluas wawasan estetika dan teknis mereka. Kedua, pembentukan kolektif kreatif, di mana komunitas lintas daerah dan bahkan internasional terbentuk melalui forum daring, grup media sosial, dan kolaborasi digital, menciptakan lingkungan kolaboratif yang mendukung inovasi. Ketiga, pemesanan berbasis komisi (*commission-based*), di mana dengan meningkatnya visibilitas melalui media sosial, builder mendapatkan lebih banyak pesanan kustom yang spesifik dari pelanggan yang melihat karya mereka secara daring. Keempat, dokumentasi digital dan tutorial, di mana platform seperti YouTube menyediakan tutorial gratis yang membantu builder mempelajari teknik modifikasi baru dengan cepat, dan dokumentasi proyek menjadi lebih terstruktur serta dapat diakses secara publik. Kelima, kompetisi konten visual, di mana media sosial memicu kompetisi dalam penyajian konten visual yang menarik, memotivasi builder untuk lebih kreatif dalam desain dan presentasi karya mereka. Terakhir, kesadaran terhadap orisinalitas desain, di mana di era digital, plagiarisme lebih mudah terdeteksi, yang mendorong builder untuk lebih fokus pada pengembangan desain orisinal yang mencerminkan identitas pribadi dan komunitas mereka.

Studi oleh Upadhyay (2024) menegaskan dampak positif media sosial terhadap kreativitas, dengan beberapa sorotan berikut: pertama, eksposur ke beragam konten dan ide, di mana media sosial memperluas akses ke berbagai referensi kreatif dari seluruh dunia. Kedua, inspirasi dari karya orang lain, di mana platform ini memberikan akses langsung ke karya-karya builder dari berbagai negara, yang menjadi sumber inspirasi bagi para builder. Ketiga, platform untuk memamerkan karya, di mana builder dapat dengan mudah memamerkan hasil karya mereka kepada audiens global, meningkatkan visibilitas dan pengakuan. Keempat, alat untuk berkolaborasi, di mana media sosial menjadi sarana yang sangat efektif untuk berbagi pengetahuan, berkolaborasi, dan juga menemukan sumber daya yang diperlukan dalam proses kreatif bentuk apapun.

Ciri khas kreativitas pasca-sosial media meliputi beberapa hal, antara lain: pertama, akses luas ke inspirasi global dan tren terkini, di mana builder dapat dengan mudah mengakses referensi dan tren terbaru dari seluruh dunia. Kedua, terbentuknya jaringan kolaborasi kreatif lintas daerah dan internasional, yang memfasilitasi interaksi dan kerjasama antar-individu dan komunitas di berbagai negara. Ketiga, proses dokumentasi yang lebih terstruktur dan terdistribusi secara digital, di mana proyek-proyek kreatif dapat

didokumentasikan dengan lebih rapi dan mudah diakses melalui platform digital. Keempat, peningkatan fokus pada orisinalitas dan identitas visual, yang mendorong para builder untuk menciptakan karya yang unik dan mencerminkan identitas pribadi mereka. Terakhir, kompetisi konten yang memicu inovasi berkelanjutan, di mana persaingan dalam menciptakan konten yang menarik dan orisinal semakin mendorong inovasi dalam desain dan teknik modifikasi.

Tabel 1. Perbandingan Utama Pra vs. Pasca-Sosial Media

Aspek	Pra-Sosial Media	Pasca-Sosial Media
Akses Informasi	Terbatas pada media cetak dan pertemuan langsung.	Luas melalui platform digital dan tutorial daring.
Proses Pembelajaran	Trial and error, eksperimen manual.	Menggunakan software desain dan riset daring.
Jaringan Komunitas	Terbatas pada komunitas lokal.	Terbentuk kolektif lintas daerah dan global.
Estetika Desain	Dipengaruhi tren lokal dan media cetak.	Kombinasi tren global dan lokal.
Promosi dan Pemasaran	Terbatas pada acara dan mulut ke mulut.	Melalui platform digital dengan jangkauan global.
Standar Keselamatan	Kurang diperhatikan.	Lebih sistematis dengan akses ke panduan teknis daring.

Bentuk-Bentuk Kreativitas

1. *Pola Pikir dan Sikap Terhadap Budaya Kustom*

Iwan: *"Pemikiran tentang kustom ini bukan hanya sekadar perubahan barang. Banyak yang berhasil, tetapi ada juga yang tidak. Namun, intinya, kustom itu adalah cara berpikir yang kreatif dan tidak standar, seperti kebiasaan harian orang-orang. Orang-orang kustom ini biasanya punya pola pikir berbeda."*

Sikap terhadap budaya modifikasi motor merupakan faktor penentu yang kuat dalam menentukan niat seseorang untuk terlibat dalam aktivitas ini. Studi oleh Lai dan Aritejo (2013) menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi sikap ini. Pertama, kebutuhan untuk keunikan, di mana dorongan untuk tampil berbeda mendorong individu untuk membuat pilihan kreatif dalam modifikasi motor. Kedua, konformitas kreatif, di mana pilihan kreatif yang berbeda namun tetap sesuai dengan norma komunitas dapat meningkatkan sikap positif dan niat untuk melakukan modifikasi. Ketiga, kesesuaian norma kelompok, meskipun individu memiliki dorongan untuk tampil unik, mereka cenderung tidak melanggar norma yang berlaku dalam komunitas mereka. Temuan ini menegaskan bahwa kreativitas dalam budaya motor kustom bukan sekadar soal estetika, melainkan juga refleksi dari identitas pribadi yang unik dalam kerangka sosial komunitas.

2. *Kreativitas Pra-Sosial Media*

2.1. *Pembuatan Sparepart*

Keterbatasan suku cadang di era pra-sosial media memaksa builder untuk mengembangkan keterampilan fabrikasi mandiri. Menurut Yudi (2024), terdapat dua pendekatan utama yang dilakukan oleh builder. Pertama, fabrikasi mandiri, di mana banyak builder membuat suku cadang dari nol menggunakan bahan yang tersedia di sekitar mereka. Kedua, adaptasi komponen lain, di mana mereka sering memodifikasi bagian dari motor lain

agar sesuai dengan kebutuhan desain, menciptakan solusi kreatif dengan sumber daya yang terbatas.



Gambar 1&2. Suku Cadang Berbagai Tipe Motor di Bengkel Yudi.
Sumber: Penulis, 2024

Studi oleh Scopelitti & Cillo (2013) mendukung bahwa keterbatasan sumber daya sering kali memicu inovasi. Dengan pendekatan *bounded creativity*, keterbatasan finansial dan material justru mendorong builder untuk berpikir lebih terstruktur dan menghasilkan produk yang lebih fungsional serta estetis.

2.2. Proses Pengerjaan

Proses pengerjaan motor kustom sebelum era media sosial memiliki beberapa karakteristik khas, sebagaimana dijelaskan oleh Yudi (2024). Pertama, komunitas lokal menjadi pusat berbagi informasi dan dukungan teknis, di mana para builder saling bertukar pengetahuan dan pengalaman.



Gambar 3&4. Penyelesaian Masalah Sesama Builder
Sumber: Penulis, 2024

Kedua, media cetak, seperti majalah otomotif, menjadi sumber utama inspirasi dan panduan teknis bagi para *builder*.



Gambar 5. Panduan mekanis milik Yudi
Sumber: Penulis, 2024

Ketiga, *word of mouth*, dimana informasi tersebar melalui interaksi langsung antar-builder, memungkinkan transfer pengetahuan yang lebih personal. Keempat, workshop dan pameran, yang menjadi ajang untuk berbagi pengetahuan dan tren terbaru, mempertemukan berbagai pihak dalam komunitas motor.

Terakhir, *trial and error*, yang memainkan peran penting dalam proses pembelajaran dan inovasi, di mana eksperimen langsung di bengkel menjadi cara utama untuk mengatasi tantangan teknis.



Gambar 6&7. Yudi, Iterasi Terakhir Crankcase Karya Yudi
Sumber: Penulis, 2024

2.3. Estetika Motor

Dari Iwan (2024) menjelaskan bahwa estetika dalam budaya motor kustom di era pra-sosial media dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk referensi dari luar negeri dan budaya lokal. Pertama, referensi internasional, yang terinspirasi oleh builder terkenal seperti Billy Lane dan Indian Larry, dengan gaya Chopper dan Bobber yang menonjol.



Gambar 8&9. Majalah Referensi Milik Yudi
Sumber: Penulis, 2024

Kedua, teknik tradisional, di mana penggunaan metode tradisional seperti pengecatan tangan dan pengerjaan logam manual memberikan nilai estetika yang khas pada setiap karya.



Gambar 10. Motor kustom bermesin Mazda Hasil Yudi
Source: Penulis, 2024

Ketiga, ekspresi pribadi, di mana modifikasi sering kali mencerminkan kepribadian builder dan kisah di balik setiap desain. Keempat, keterbatasan

eksposur global, di mana akses terbatas pada tren global menghasilkan estetika yang lebih berfokus pada preferensi masing-masing individu.



Gambar 11&12. Motor Pribadi Iwan, Iwan
Source: <https://www.instagram.com/p/Br2DArPAaNA/>

Terakhir, umpan balik komunitas, di mana acara lokal dan pertemuan komunitas menjadi sarana utama untuk menerima apresiasi dan masukan terkait desain.

2.4. *Dinamika Komunitas*

Komunitas motor kustom di Bandung memainkan peran penting dalam penyebaran budaya ini melalui festival dan acara tahunan. Menurut Yudi (2024), ada beberapa aspek yang berperan dalam proses ini. Pertama, ajang berkumpul, di mana festival menjadi sarana penting untuk bertukar ide dan inspirasi antar-builder. Kedua, kolaborasi antar-komunitas, di mana acara ini sering melibatkan partisipasi dari komunitas di luar kota, memperluas jaringan dan dampak budaya motor kustom. Ketiga, pameran karya, yang memberikan kesempatan bagi builder untuk memamerkan hasil karya mereka kepada publik. Terakhir, sumber budaya baru, di mana festival menjadi pusat inovasi yang mendorong munculnya gaya dan teknik baru dalam budaya motor kustom.



Gambar 13. Braga Bike Fest 2009
Source: <https://gustomobil.wordpress.com/tag/brotherhood-braga-bike-fest/>

Studi oleh Cropley (2016) menegaskan bahwa kreativitas tidak hanya muncul dari bakat alami, tetapi juga dapat dikembangkan melalui interaksi sosial, eksperimentasi, dan pendidikan.

3. *Kreativitas Pasca-Sosial Media*

Dari Yudi (2024) mengatakan bahwa era media sosial membawa perubahan besar dalam praktik dan dinamika budaya motor kustom di Bandung.

3.1. *Pembuatan Sparepart*

Banyak bengkel mulai memproduksi komponen sendiri, seperti tangki khusus, setang kustom, dan komponen berbasis teknologi CNC. Selain itu, akses ke tutorial daring mempercepat proses pembelajaran dan fabrikasi, memungkinkan builder untuk menguasai teknik baru dengan lebih cepat dan efisien.

3.2. *Proses Pengerjaan*

Pertama, penggunaan perangkat lunak desain seperti CAD dan 3D Modelling menjadi cara baru dalam perencanaan modifikasi, memungkinkan builder untuk merancang motor dengan presisi yang lebih tinggi dan visualisasi yang lebih baik sebelum proses pengerjaan dimulai. Kedua, akses ke informasi global melalui internet membuka peluang untuk riset ergonomi dan desain yang lebih mendalam, memungkinkan builder untuk mengeksplorasi teknik-teknik terbaru dan memastikan kenyamanan serta fungsionalitas dalam setiap modifikasi.

3.3. *Estetika Motor*

Pertama, gaya desain modern sering kali memadukan elemen vintage dan elemen dari estetika motor balap modern, menciptakan keseimbangan antara gaya klasik dan inovasi desain masa kini. Kedua, tren dari luar negeri dengan cepat diadaptasi dan disesuaikan dengan preferensi lokal, menghasilkan modifikasi yang mencerminkan karakteristik unik dari komunitas motor di Bandung.



Gambar 14. "The Son", White Collar Bike Bandung

(Source: <https://kustomfest.com/white-collar-bike-bandung-benelli-bn600-2014-the-son/>)

3.4. *Dinamika Komunitas*

Dari wawancara dengan Didot (2024), dinyatakan bahwa komunitas motor kustom di Bandung memainkan peran sentral dalam mengembangkan dan mempopulerkan budaya modifikasi motor, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di tingkat global. Dalam rangka mempererat hubungan antar anggota dan memperkenalkan budaya motor kustom kepada masyarakat luas, komunitas ini sering mengadakan acara yang bernuansa pariwisata, seperti Coklat Retro Coffee Braaake dan BBQ Ride. Acara-acara ini tidak hanya menjadi ajang interaksi antar anggota komunitas, tetapi juga menarik perhatian wisatawan dan masyarakat umum terhadap kreativitas dan inovasi dalam dunia motor kustom.

Selain kegiatan tatap muka, media sosial—terutama Instagram—memainkan peran yang sangat penting dalam memperluas jangkauan budaya motor kustom Bandung. Platform ini memungkinkan komunitas untuk lebih inklusif, menjangkau audiens global, serta memperluas jaringan dan dampak budaya motor kustom melalui berbagi konten dan interaksi daring. Melalui media sosial, para builder Bandung, seperti Didot dari Retrograde Slaughterhouse,

dapat berinteraksi langsung dengan komunitas global, termasuk figur-figur terkemuka seperti Sosa Metalworks dari Las Vegas dan Pa'din Musa dari Malaysia. Dengan demikian, media sosial bukan hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan apresiasi publik terhadap nilai seni dalam modifikasi motor.

Meskipun tren global seperti gaya Chopper, Bobber, dan Cafe Racer mendominasi dunia modifikasi motor, para builder Bandung tetap menekankan pentingnya menjaga identitas lokal dalam setiap karyanya. Hal ini tercermin dalam penerapan motif tradisional, palet warna khas, dan elemen-elemen budaya Indonesia dalam desain motor kustom mereka, yang memperkuat karakter unik dari budaya modifikasi motor Bandung.

Dinamika komunitas motor kustom di Bandung juga sangat dipengaruhi oleh semangat kolaborasi antar anggota. Acara-acara seperti BBQ Ride menjadi platform penting untuk pertukaran ide dan inovasi antar-builder, yang tidak hanya memperkaya pengalaman kreatif mereka, tetapi juga mendorong penciptaan tren baru. Bandung, dengan semangat kolaboratifnya, sering kali menjadi pionir dalam menciptakan tren yang kemudian diadopsi oleh kota-kota lain di Indonesia, memperlihatkan peran kota ini sebagai pusat perkembangan budaya motor kustom di tanah air.



Gambar 15. *Event BBQ Ride 2024*

(Source: <https://otomotif.kompas.com/read/2024/06/09/113842515/produsen-cat-ini-dukung-acara-bbq-ride-kustom-kulture-2024>)



Gambar 16. *Coklat Retro Coffee Braaake Nagreg & Purwakarta 2018*

(Source: <https://www.naikmotor.com/tag/didot-retrogrades-slaughter-house/>)

4. *Motor Kustom Sebagai Bentuk Seni*

Iwan (2024) juga menjelaskan bahwa motor kustom tidak hanya dilihat sebagai kendaraan, tetapi juga sebagai karya seni yang mencerminkan kreativitas builder.

Pertama, **estetika visual**, di mana setiap detail memiliki nilai estetika yang mencerminkan keahlian tangan dan filosofi desain. Kedua, **ekspresi identitas**, di mana desain motor kustom sering kali menjadi cerminan identitas dan pengalaman pribadi builder. Terakhir, **apresiasi global**, di mana pameran internasional semakin mengakui motor kustom sebagai karya seni yang bernilai tinggi. (Troncu, 2024) menyoroti bahwa setiap desain motor kustom memiliki cerita unik di baliknya, menjadikannya lebih dari sekadar alat transportasi.

Pengaruh Internal dan Eksternal

Pengaruh internal dalam perkembangan budaya motor kustom di Bandung sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci. Pertama, inovasi pelaku lokal, di mana inisiatif personal dari builder untuk menciptakan desain unik dan fungsional menjadi pendorong utama dalam menciptakan karya yang khas dan berkualitas (Yudi, 2024). Kedua, komunitas, di mana kolaborasi dalam acara dan festival mencerminkan semangat gotong royong yang mendukung perkembangan budaya motor kustom, menciptakan ruang bagi para *builder* untuk berbagi ide dan memperluas pengaruh budaya ini (Iwan, 2024). Terakhir, pertukaran pengetahuan, di mana kolaborasi antara builder memungkinkan mereka untuk berbagi keterampilan dan pengalaman, yang mendorong inovasi dan kreativitas di antara anggota komunitas (Lai & Aritejo, 2013).

Pengaruh eksternal juga memainkan peran penting dalam perkembangan budaya motor kustom di Bandung. Gaya Amerika, seperti tren *Chopper*, *Bobber*, dan *Café Racer*, diadaptasi dengan penyesuaian lokal, menciptakan perpaduan antara elemen desain global dan karakteristik budaya setempat. Selain itu, paparan Jepang & Eropa, dengan gaya *Bratstyle*, *Tracker*, dan *Scrambler*, turut memengaruhi estetika dan teknik modifikasi di Indonesia, memperkaya variasi desain dan membuka peluang bagi builder untuk mengeksplorasi gaya baru yang lebih beragam.

Potensi Ekonomi Kreatif dan Perumusan Regulasi

1. Ekonomi Kreatif, Pariwisata, dan Industri Merchandise

Komunitas motor kustom di Bandung memiliki efek ganda (*multiplier effect*) yang berkontribusi signifikan pada sektor ekonomi kreatif. Dampak ini meliputi pariwisata kreatif, di mana *touring* antar kota dan acara festival modifikasi menarik wisatawan dari berbagai daerah bahkan luar negeri, memberikan kontribusi pada sektor pariwisata lokal. Selain itu, industri *merchandise* mengalami pertumbuhan pesat, dengan penjualan produk terkait seperti pakaian (*clothing*), suku cadang, *apparel* motor, dan aksesoris yang semakin diminati. Terakhir, acara festival dan kontes, seperti *event* balap dan pameran motor kustom, menjadi ajang edukasi, pertukaran ide, serta sarana promosi bagi UMKM lokal, mendorong pertumbuhan ekonomi di sektor terkait.

Menurut data dari Disbudpar Kota Bandung (2022), terjadi peningkatan signifikan pada UMKM yang bergerak di segmen pendukung budaya motor kustom. Iwan (2024) menegaskan bahwa budaya motor kustom tidak hanya berdampak pada dunia otomotif, tetapi juga menyentuh berbagai aspek gaya hidup. *Fashion* menjadi bagian penting dari budaya ini, dengan penggunaan jaket kulit, celana khusus *riding*, serta aksesoris kustom yang diadopsi luas oleh para penggemar motor kustom. Selain itu, musik dan kuliner turut terlibat dalam festival motor, dengan pertunjukan musik dan kuliner yang mencerminkan identitas komunitas. Lebih jauh, edukasi dan inspirasi juga menjadi bagian dari acara komunitas motor kustom, yang tidak hanya memamerkan hasil karya, tetapi juga berfungsi sebagai wadah untuk berbagi ilmu dan inspirasi di kalangan pelaku UMKM, memperkuat jaringan dan kolaborasi dalam komunitas tersebut.

"Kustom motor benar-benar menjadi sesuatu yang lebih besar, dari hobi hingga industri, dan bahkan budaya. Ini adalah bukti bagaimana sesuatu yang dimulai dari kesenangan sederhana dapat berkembang menjadi sesuatu yang memengaruhi gaya hidup, seni, dan masyarakat secara luas." (Iwan)

Selain itu, kreativitas di industri motor kustom turut diperkuat oleh figur seperti Fahmi "FreeFlow", seorang seniman *pinstriping* ternama dari Bandung. Berdasarkan artikel dari BlackXperience (2018), Fahmi memulai karirnya dengan belajar secara otodidak melalui metode trial and error. Melalui keterampilan dan passion yang kuat, ia berhasil membawa karya seni kustom Indonesia ke panggung internasional, termasuk acara di Melbourne, Texas, dan *Yokohama Hotrod Kustom Show*.



Gambar 17. Fahmi "Freeflow"

(Source: <https://www.blackxperience.com/blackinnovation/blackicon/fahmi-freeflow-one-of-the-best-indonesia-s-pinstripper>)

Prestasi seperti penghargaan di Yokohama Hotrod Kustom Show 2015 menjadi bukti apresiasi dunia terhadap karya seni dari Indonesia. Fahmi bercita-cita untuk mengadakan acara khusus yang memusatkan seni kustom sebagai elemen utama, menciptakan ruang untuk bertukar ilmu dan inspirasi antar seniman kustom di Indonesia. (BlackXperience, 2018)

2. *Regulasi dan Legalitas*

Iwan menyoroti bahwa regulasi yang ada saat ini belum mendukung perkembangan industri motor kustom di Indonesia. Di negara seperti Thailand, festival motor kustom mendapat dukungan penuh dari pemerintah dan diselenggarakan secara konsisten setiap tahun, bahkan diakui sebagai bagian dari pariwisata nasional. Salah satu contoh sukses adalah Burapa Bike Week, festival motor terbesar di Thailand yang diadakan di Pattaya setiap tahun. Festival ini menarik ribuan pengunjung dari seluruh dunia dan menjadi pusat pertunjukan seni, budaya, dan kreativitas dalam modifikasi motor.



Gambar 18. Burapa Bike Week 2024
(Source: <https://pattayabikeweek.com/>)

Burapa Bike Week bukan sekadar acara otomotif, tetapi juga simbol dukungan penuh dari pemerintah Thailand terhadap industri kreatif yang tumbuh di sekitar budaya

motor kustom. Festival ini berhasil mengintegrasikan pariwisata, seni, dan ekonomi lokal, menciptakan ekosistem yang berkelanjutan bagi para builder dan komunitas. Sementara itu, di Indonesia, proses izin untuk festival serupa masih berjalan lambat dan sering kali dianggap sebagai kegiatan yang tidak serius. Selain itu, banyak karya builder Indonesia lebih dihargai di luar negeri daripada di dalam negeri, seperti undangan untuk pameran di acara internasional.

"Pengembangan industri ini sering terhambat karena minimnya dukungan modal atau izin. Padahal, dampak ekonominya sudah jelas terlihat, terutama bagi para pengrajin dan bengkel lokal. Seharusnya pemerintah bisa lebih aktif membantu UMKM, memberikan pinjaman, atau mendukung melalui inisiatif lain." (Iwan, 2024)

Prestasi yang dialami oleh Fahmi "FreeFlow" menunjukkan potensi besar industri motor kustom Indonesia di pasar global. Namun, agar potensi ini dapat berkembang lebih jauh, dukungan pemerintah yang lebih konkret sangat diperlukan. Beberapa langkah yang bisa diambil termasuk penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk modifikasi motor yang aman dan legal, mempermudah proses perizinan acara komunitas motor kustom, pemberian dukungan modal dan pinjaman untuk UMKM, serta pengakuan industri motor kustom sebagai bagian dari ekonomi kreatif nasional. Dukungan ini akan membantu memperkuat eksistensi industri motor kustom Indonesia, baik di pasar domestik maupun internasional. (Iwan, 2024)

Iwan (2024): *"Di Bandung sendiri, kustom culture telah berkembang pesat. Yang tadinya hanya hobi, sekarang sudah menjadi lebih profesional. Banyak bengkel kustom yang awalnya kecil kini terus berkembang. Mereka yang dulu hanya melakukannya untuk diri sendiri kini bisa menghasilkan uang, bahkan hingga ke dunia internasional."*

KESIMPULAN

Modifikasi motor kustom di Bandung telah berkembang pesat dari era pra-sosial media hingga pasca-sosial media, dengan setiap periode memiliki karakteristik tersendiri dalam pola kreatifitasnya, kolaborasi komunitas, dan penyebaran ide. Pada era pra-sosial media, keterbatasan akses informasi mendorong inovasi berbasis eksperimen langsung, penggunaan majalah sebagai referensi utama, dan interaksi komunitas secara langsung melalui festival dan pameran. Di era pasca-sosial media, keterbukaan akses informasi, kehadiran platform digital, dan kemudahan pemasaran melalui media sosial telah mempercepat penyebaran tren serta meningkatkan keterhubungan antar-komunitas dan builder di seluruh dunia.

Dinamika komunitas motor kustom Bandung juga memperlihatkan keterlibatan berbagai elemen seperti inovasi teknik, pengaruh budaya global, serta peningkatan apresiasi terhadap motor kustom sebagai karya seni. Selain itu, terdapat potensi ekonomi kreatif yang signifikan, terutama dalam sektor UMKM, pariwisata, dan industri merchandise terkait budaya motor kustom.

Namun, tantangan seperti regulasi yang belum optimal, keterbatasan akses pendanaan, dan kurangnya dukungan struktural dari pemerintah masih menjadi hambatan bagi perkembangan budaya motor kustom di Bandung. Dukungan yang lebih konkrit dalam bentuk kebijakan yang akomodatif, pengembangan ekosistem kreatif yang berkelanjutan, serta promosi nilai budaya lokal sangat diperlukan untuk memastikan keberlanjutannya di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Cropley, D., & Cropley, A. J. (2013). *Creativity and crime: A psychological analysis*. Cambridge University Press.

- Landry, C. (2012). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Taylor and Francis.
- Scopelliti, I., Cillo, P., Busacca, B., & Mazursky, D. (2013). How do financial constraints affect creativity? *Journal of Product Innovation Management*, 31(5), 880–893. <https://doi.org/10.1111/jpim.12129>
- Cropley, D. H. (2015). Creativity in engineering. *Creativity in the Twenty First Century*, 155–173. https://doi.org/10.1007/978-981-287-618-8_10
- Lai, M.-K., & Aritejo, B. A. (2013). Personal and social factors affecting adolescent motorcycle riders' intention to customize their vehicles: Evidence from Indonesia. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 20, 6–16. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2013.04.001>
- Kumar, R., Upadhyay, K. K., & Bhaskar, K. (2024). Role of social media in developing creativity among youth. *Educational Administration: Theory and Practice*, 2039–2046. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i1.6843>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. <https://search.worldcat.org/title/1423603630>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Undang-Undang No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.
- Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2022 tentang Ekonomi Kreatif.
- Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2023). *Indeks Kota/Kabupaten Kreatif Jawa Barat 2023*.
- Mediatama, P. R. (2018, February 12). Fahmi Freeflow, one of the best Indonesia's Pinstripper. Blackxperience. <https://www.blackxperience.com/blackinnovation/blackicon/fahmi-freeflow-one-of-the-best-indonesia-s-pinstripper>