

## INTISARI

Budaya mobil dapat diartikan sebagai dunia terkait kegemaran terhadap mobil yang pada umumnya hanya dapat dinikmati oleh kalangan tertentu yang memiliki mobil tertentu agar dapat bergabung, berkomunitas, dan mengikuti berbagai kegiatan di dalamnya. Akan tetapi, muncul fenomena baru ketika ada budaya mobil dengan gaya yang baru, di mana menikmati mobil bisa dirasakan dan dinikmati tidak hanya oleh orang-orang yang memiliki mobil saja. Tulisan ini berusaha untuk mengetahui mengapa budaya mobil gaya baru menjadi sebuah tren yang cukup digemari dan cukup diterima oleh sebagian anak muda para penyuka mobil di Yogyakarta dalam kurun waktu sekitar lima tahun belakangan ini. Termasuk di dalamnya adalah mengetahui proses kemunculan dan penerimaan budaya mobil gaya baru di Yogyakarta, juga pandangan yang dimiliki dan dampak yang dirasakan oleh sebagian anak muda penganut budaya tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemunculan budaya mobil gaya baru di Yogyakarta lima tahun belakangan merupakan pengaruh dari budaya mobil gaya lama yang cenderung eksklusif dan prevalensi teknologi seperti media sosial yang semakin mudah dijangkau oleh berbagai kalangan, sehingga budaya mobil yang juga ada di dalamnya menjadi sesuatu yang mudah dikonsumsi. Berbagai hal itu mendorong munculnya subkultur dalam budaya mobil yang sebelumnya memiliki beberapa kultur dominan tertentu. Fenomena tersebut menjadi sebuah subkultur dalam budaya mobil yang lebih luas dan menjadi tren di Yogyakarta karena adanya kesamaan pengalaman dan pemaknaan dari kegemaran yang sama pada dunia mobil. Berupa budaya mobil yang tidak mengikat dan tidak mendasari pada hal-hal yang bersifat materiel untuk bersama-sama dapat menikmati mobil.

Kata kunci: budaya mobil, subkultur, komunitas, pengalaman, anak muda

## ABSTRACT

Car culture can be interpreted as a world related to a passion for cars which in general can only be enjoyed by certain groups who have certain cars so they can be considered as a car enthusiast, join the community and participate in various activities in it. However, a new phenomenon appears when there is a car culture with a new style, where enjoying cars can be felt and enjoyed not only by those who own cars. This paper attempts to find out why the new style car culture has become a trend that is quite popular and quite accepted by some young car enthusiasts in Yogyakarta in the last five years or so. This includes knowing the process of the emergence and acceptance of a new style of car culture in Yogyakarta, as well as the views held and the impact felt by some young people who adhere to this culture. The results of the study show that the emergence of a new style of car culture in Yogyakarta in the past five years is an influence of the old style car culture which tends to be exclusive and the prevalence of technology such as social media which is increasingly accessible to various groups. Car culture, which also appears in social media, becomes easily accessible for everyone to consume. These various things led to the emergence of subcultures within car culture that previously had certain dominant cultures. This phenomenon has become a subculture within the wider car culture and is becoming a trend in Yogyakarta because of the similar experience and meaning of the same passion for the world of cars. In the form of a car culture that isn't binding and isn't based on material things so everyone with the same passion can enjoy cars together.

Keywords: car culture, subculture, community, experience, youth