

Kemunculan fenomena motor kustom sebagai adopsi budaya kustom budaya di Indonesia menjadi menarik untuk dikaji. Komodifikasi yang semakin berkembang lewat berbagai bentuk komersialisasi, khususnya pada tahun 2019 menjadi penanda perubahan makna dan budaya Kustom menjadi sebuah fenomena trend yang menjadi ciri khas dalam masyarakat khususnya pecinta motor. Dalam Berbicara komersialisasi pun tak dapat dielakkan dengan budaya konsumtif, yang mana kemudian dapat mengekspresikan gaya hidup seseorang. Motor Kustom sebagai bentuk ekspresi media dan distingsi yang dibangun dalam menunjukkan identitas diri yang sesuai dengan gaya hidup tersebut, kemudian dibangun lewat jenis dan spesifikasi yang akan menjadi penanda latar belakang status sosial dari komunitas komunitas kustom (Dekastem Jogjakarta). Latar belakang status sosial tersebut kemudian bebas dari pluralitas dalam komunitas motor Dekastem Jogjakarta yang dinegosiasikan oleh seluruh anggota.

Penelitian menggunakan metode observasi partisipatoris, dimana peneliti akan melakukan observasi dan ikut terlibat dalam beberapa aktivitas yang dilakukan oleh komunitas Dekastem Jogjakarta. Peneliti juga akan melakukan wawancara mendalam dengan 5 anggota sesuai dengan kriteria yang telah peneliti tentukan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, komunitas dekastem telah mengimplementasikan gaya subkultur era modernitas lanjut yang heterogen atau plural didalamnya. Kemudian hal tersebut dinegosiasikan oleh seluruh anggotanya melalui cara, ritual, serta modal khususnya modal simbolik serta sosial yang menjadi penumbuh rasa solidaritas dan persaudaraan didalamnya.

Kata Kunci: *Subkultur, Kustom Culture, Komodifikasi, Distingsi*

ABSTRACT

The emergence of the custom motorbike phenomenon as the adoption of custom culture in Indonesia is interesting to study. Commodification which is increasingly developing through various forms of commercialization, especially in 2019 has become a sign of a change in the meaning and culture of Custom, which has become a trend phenomenon that is characteristic of society, especially motorcycle lovers. In speaking, commercialization is inevitable with a consumptive culture, which can then express a person's lifestyle. Custom motorbikes are a form of media expression and distinction that is built in showing self-identity in accordance with this lifestyle, then built through types and specifications that will mark the background of the social status of the custom community community (Dekastem Jogjakarta). The social status background is then free from the plurality in the Jogjakarta Dekastem motorbike community which is negotiated by all members.

This research uses participatory observation method, where the researcher will make observations and get involved in several activities carried out by the Jogjakarta Dekastem community. The researcher will also conduct in-depth interviews with 5 members according to the criteria that the researcher has determined.

Based on the research conducted, the dekastem community has implemented a heterogeneous or pluralist subculture style of the advanced modernity era in it. Then it is negotiated by all its members through means, rituals, and capital, especially symbolic and social capital that fosters a sense of solidarity and brotherhood in it.

Keywords: *Subculture, Custom Culture, Comodification, Distinction.*