



BAB I	11
PENDAHULUAN	11
1. Latar Belakang	11
2. Rumusan Masalah	18
3. Tujuan Penelitian	18
4. Kerangka Teoritik	19
4.1. Komunitas	19
4.2. Komunitas Motor	22
4.3. Solidaritas	24
4.4. Habitus	28
4.5. Jejaring Sosial	29
5. Kerangka Pemikiran	33
6. Metode Penelitian	35
6.1. Metode Pengumpulan Data	38
6.2. Pemilihan Informan	40
6.3. Analisa Data	41
BAB II	44
ROMANTISME CB DAN KOMUNITAS MOTOR CB YOGYAKARTA (MOBTA)	44
1. Tentang Honda CB	44
1.1. Popularitas Awal Honda CB	44
1.2. Tren dan Meningkatnya Nilai Jual	46
2. Iklim Sosial Yogyakarta yang memunculkan Komunitas-komunitas CB	48
3. Tentang Komunitas MOBTA (Motor CB Yogyakarta)	52
3.1. Sejarah Singkat	52
3.2. Struktur Kepengurusan Mobta 2015-2017	57
3.3 Diagram Anggota Mobta	60
3.4. Agenda dan Kegiatan	62
3.5. Media Komunikasi	69



4. Profil Informan	71
BAB III	77
DINAMIKA DALAM JEJARING SOSIAL KOMUNITAS MOBTA	77
1. Jejaring Sosial Internal Komunitas Mobta	77
1.1. Pencapaian Identitas dan Jaringan Makna dalam Sebuah Komunitas	77
1.2.. Pride dan Sarana ‘Persaudaraan’	82
1.3. Kemunculan CB Biker beserta komunitasnya: Respon terhadap Pasar?	88
1.4. Komunitas Berdiri sebagai Sikap Masyarakat	91
2. Jejaring Sosial Eksternal Komunitas Mobta	97
2.1. Selebrasi dan Ajang Unjuk Gigi	97
2.2. Atribut dan Simbol Kebanggaan	100
BAB IV	104
KARAKTERISTIK KOMUNITAS MOBTA	104
1. Jejaring Sosial Sentiment yang Memisahkan Diri dari Berbagai Kepentingan?	104
2. Menjalankan Fungsi Kontrol in-Group	106
3. Memaknai Solidaritas ‘Paseduluran’	109
4. Mengadaptasi Kultur Klub ‘Moge’ ala Barat?	115
BAB V	121
PENUTUP	121
1. Kesimpulan	121
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	127
1. Interview Guide	127