

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya pertumbuhan subkultur otomotif di Kota Bandung yang sering memicu kontestasi ego modifikasi antar-pemilik kendaraan, serta munculnya stigma negatif masyarakat terhadap komunitas mobil mewah. Di tengah tekanan tersebut, Komunitas Nasi Uduk Bandung secara kontradiktif mampu mempertahankan eksistensi dan solidaritasnya melalui identitas nama yang unik. Penelitian ini bertujuan menganalisis makna identitas nama "Nasi Uduk" dan hobi modifikasi, menelaah penggunaan simbol otomotif dalam mengelola ego, serta menganalisis interaksi simbolik di ruang fisik dan digital dalam memitigasi stigma negatif.

Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan pendekatan Etnografi dan Netnografi melalui desain Studi Kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipan, riset siber, dokumentasi, dan wawancara mendalam bersama 7 informan, termasuk Ketua Umum Komunitas, anggota aktif, dan Dosen Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS. Analisis data menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik dari Herbert Blumer dan Teori Dramaturgi dari Erving Goffman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna "Nasi Uduk" diinterpretasikan anggota sebagai simbol filosofis keberagaman yang menyatu dalam kesederhanaan, menjadi penawar bagi tingginya ego dunia modifikasi. Di ruang fisik (*Kopdar*) dan digital (WhatsApp), penggunaan bahasa otomotif seperti *fitment* dan *stance* berfungsi sebagai simbol identitas keanggotaan untuk meredam konflik internal. Motif anggota bertumpu pada *in-order-to motive* demi eksistensi dan validasi digital. Manajemen kesan (*impression management*) di panggung depan—melalui etika berkendara santun dan kegiatan sosial—efektif sebagai komunikasi simbolik menangkis stigma negatif masyarakat luar, sementara persaingan spesifikasi kendaraan diselesaikan secara kekeluargaan di panggung belakang.

Kata Kunci: *Interaksionisme Simbolik, Solidaritas Komunitas, Komunitas Nasi Uduk, Subkultur Otomotif, Dramaturgi.*

ABSTRACT

This research is motivated by the rapid growth of automotive subcultures in Bandung City, which often triggers modification ego contestations among vehicle owners and negative societal stigmas toward luxury car communities. Amidst these pressures, the Nasi Uduk Community Bandung contradictorily maintains its existence and solidarity through a unique identity name. This study aims to analyze the meaning of the identity name "Nasi Uduk" and the modification hobby, examine the use of automotive symbols in managing ego, and analyze symbolic interactions in physical and digital spaces to mitigate negative stigmas. The research method employs descriptive qualitative with Ethnographic and Netnographic approaches utilizing a Case Study design. Data collection was carried out through participant observation, cyber research, documentation, and in-depth interviews with 7 informants, including the Community Chairman, active members, and a Communication Science Lecturer at FISIP UNPAS. Data analysis uses Herbert Blumer's Symbolic Interactionism Theory and Erving Goffman's Dramaturgical Theory.

The results show that the meaning of "Nasi Uduk" is interpreted by members as a philosophical symbol of diversity merging into simplicity, serving as an antidote to the high ego of the modification world. In physical (Kopdar) and digital (WhatsApp) spaces, the use of automotive jargon like fitment and stance functions as an identity marker to suppress internal conflicts. Members' motivations rely on the in-order-to motive for existence and digital validation. Impression management on the front stage—through polite driving etiquette and social activities—effectively acts as symbolic communication to counter external negative stigmas, while vehicle specification rivalries are settled fraternally on the back stage.

Keywords: Symbolic Interactionism, Community Solidarity, Nasi Uduk Community, Automotive Subculture, Dramaturgy.

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dikasangukangan ku gancangna kamekaran subkultur otomotif di Kota Bandung anu mindeng ngabalukarkeun pasengketa (kontestasi) ego modifikasi antar-nu boga kandaraan, sarta lobana stigma négatif ti masyarakat nujul ka komunitas mobil méwah. Di tengah kaayaan kitu, Komunitas Nasi Uduk Bandung sacara kontradiktif bisa ngajaga ayana (eksistensi) sarta solidaritas kelompokna ngaliwatan idéntitas ngaran anu mandiri tur unik. Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun nganalisis harti idéntitas ngaran "Nasi Uduk" jeung hobi modifikasi, nalungtik kumaha simbol otomotif dipaké keur ngolah ego, sarta nganalisis interaksi simbolik di rohangan fisik jeung digital pikeun ngurangan (mitigasi) stigma négatif.

Metode panalungtikan nu dipaké nyaéta kualitatif deskriptif kalayan pendekatan Étnografi jeung Nétnografi ngaliwatan desain Studi Kasus. Data dikumpulkeun ngaliwatan observasi partisipan, riset siber, dokumentasi, sarta wawancara jero jeung 7 informan, kaasup Ketua Umum Komunitas, anggota aktip, sarta Dosén Élmu Komunikasi FISIP UNPAS. Analisis data ngagunakeun tiori Interaksionisme Simbolik ti Herbert Blumer jeung tiori Dramaturgi ti Erving Goffman. Hasil panalungtikan némbongkeun yén harti "Nasi Uduk" dihartikeun ku anggota minangka simbol filosofis tina rupa-rupa kasang tukang anu ngahiji dina kasandangan (kesederhanaan), anu jadi panawar pikeun luhurna ego dina dunya modifikasi. Di rohangan fisik (Kopdar) jeung digital (WhatsApp), pamakéan basa otomotif saperti fitment jeung stancefungsina minangka simbol idéntitas keur ngurangan konflik internal. Motif anggota dumasar kana in-order-to motive demi éksistensi jeung validasi digital. Ngolah kesan (impression management) di panggung hareup (front stage)—ngaliwatan étika nyetir anu sopan sarta kagiatan sosial—éfektif pisan jadi komunikasi simbolik pikeun nolak stigma négatif ti masyarakat luar, sedengkeun pasanggiri spésifikasi kandaraan dibéréskeun sacara kekeluargaan di panggung tukang (back stage).

Kecap Konci: Interaksionisme Simbolik, Solidaritas Komunitas, Komunitas Nasi Uduk, Subkultur Otomotif, Dramaturgi.