

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Komunikasi merupakan suatu alat yang penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok manusia untuk berbagai tujuan dan kepentingan. Dengan informasi manusia dapat mengetahui dan mengikuti berbagai macam peristiwa dan kejadian di sekitar dan dapat meningkatkan kedudukan serta perannya didalam masyarakat. Pada era informasi yang kita hadapi pada saat ini, bermacam sarana telekomunikasi berkembang sangat pesat dan mudah di dapatkan. Suatu komunikasi akan tercapai apabila orang-orang yang terlihat di dalamnya memiliki kesamaan makna mengenai sesuatu yang di komunikasikan tersebut.

Kata komunikasi atau *communications* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti “sama”. Istilah pertama *communis* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Komunikasi sangat dibutuhkan oleh Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan informasi dalam berinteraksi. Komunikasi menjadi suatu alat untuk saling menyampaikan informasi yang penting untuk sosialisasi dalam kehidupan. Dalam hidup bermasyarakat, orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan

orang lain niscaya akan terisolir dari masyarakatnya. Pengaruh keterisolasian ini akan menimbulkan depresi mental yang pada akhirnya membawa orang kehilangan keseimbangan jiwa.

Aktifitas dan kegiatan dalam bidang pekerjaan yang bersangkutan dengan komunikasi adalah salah satunya yaitu *Jurnalistik*, *Jurnalistik* merupakan bidang pekerjaan yang mendalami khusus mengenai interaksi dalam berkomunikasi. Seorang *Jurnalistik* dituntut untuk memahami dan mengerti mengenai ilmu komunikasi. Karena di dalam ilmu komunikasi tersebut akan menunjang kegiatan *Jurnalistik* untuk interaksi dengan orang-orang yang menjadi sasaran dan tujuannya. Seorang *Jurnalistik* di suatu perusahaan akan banyak melakukan unsur komunikasi dari pada hal-hal yang lainnya. Maka dari itu seorang *Jurnalistik* harus memahami komunikasi beserta hal-hal yang lainnya yang bersangkutan dengan komunikasi yang menunjang bidang pekerjaan sebagai seorang *Jurnalistik* ditempat kerjanya.

Komunikasi memerlukan media sebagai sarana penyampaian pesan, media tersebut dapat berupa media cetak, media elektronik maupun media online. Media-media tersebut memerlukan informasi untuk disampaikan kepada masyarakat, informasi tersebut didapatkan melalui kegiatan pengumpulan data-data yang diolah menjadi sebuah informasi yang berguna bagi masyarakat yang kemudian di sebarluaskan kepada masyarakat melalui media.

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata “*journal*”. Kata tersebut merupakan penggalan bahasa dari bahasa perancis yang memiliki pengertian

catatan atau laporan harian. Jurnalistik dalam bahasa belanda disebut “joeurnalistiek”, dalam istilah bahasa inggris disebut “journalisme”, tetapi semua istilah dalam bahasa tersebut mengandung arti yang sama dari inti kata jurnalistik yang paling mendasar yaitu kegiatan mencari, mengolah, dan menyebarkan informasi.

Kehidupan masyarakat tidak lagi dapat dilepaskan dari jurnalistik karena kebutuhan masyarakat akan informasi itu sendiri sudah semakin meningkat. Jurnalistik sendiri terdiri atas tiga bentuk, yakni; Jurnalistik Media Cetak, Elektronik Dan Online Atau Internet. Ketiga bentuk jurnalistik tersebut memiliki cara masing-masing dalam menyampaikan pesan atau informasi. Disamping itu, jurnalistik memiliki fungsi; informasi, edukasi, koreksi, rekreasi, dan mediasi. Fungsi-fungsi tersebut berlaku diseluruh dunia.

Kegiatan jurnalistik juga sering digunakan dalam berbagai penelitian terutama digunakan untuk mendapatkan data yang akurat serta valid dari informan. Salah satunya kegiatan jurnalistik yang digunakan dalam penelitian adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam sering digunakan dalam berbagai penelitian kualitatif, salah satunya yang menggunakan wawancara mendalam dalam mengumpulkan data-data untuk penelitian adalah penelitian dengan metode fenomenologi.

Fenomenologi adalah salah satu metode pencarian data dalam metode penelitian kualitatif. Fenomenologi merupakan sebuah aliran filsafat yang menilai manusia sebagai sebuah fenomena. Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani,

*phainomai* yang berarti ‘menampak’ dan *phainomenon* berujuk pada yang Nampak Fenomenologi mempelajari tentang arti kehidupan beberapa individu dengan melihat konsep pengalaman hidup mereka atau fenomenanya. Focus dari fenomenologi adalah melihat apakah objek penelitiannya memiliki kesamaan secara universal dalam menanggapi sebuah fenomena (Engkus. Fenomenologi. 2013:1).

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena di alami kesadaran pikiran dan dalam tindakan, seperti sebagai fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkontruksi makna dan konsep-konsep penting dalam kerangka intersubjektif. Intersubjektif adalah karena pemahaman kita menangani dunia bentuk oleh hubungan kita dengan dunia lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya.

Fenomenologi adalah ilmu yang mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklarifikasi fenomena, atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari tentang fenomena yang Nampak di depan mata dan bagaimana penampakannya.

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, memiliki keterkaitan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapt memiliki maksud,

kepercayaan, sumberdaya, preferensi, kebutuhan, resiko dan jumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti “kesamaan”, kemudian dapat diturunkan dari komunis yang berarti “sama, public, dibagi oleh semua atau banyak”.

Salah satu komunitas yang terbentuk berdasarkan minat dan hobi akan *touring* dan *motor besar* adalah komunitas bikers Club Ninja Bandung. Tidak sedikit pemuda Bandung yang bergabung dengan komunitas tersebut dan bepergian (*touring*) ke tempat-tempat baru yang biasanya berjarak tidak dekat dari tempat mereka biasa beraktivitas. Dalam hal ini peneliti membahas mengenai komunitas pencinta motor. Karena kesamaan hobi dan minat, maka terbentuklah suatu komunitas klub motor tersebut.

Sebelum pembahasan lebih lanjut mengenai komunitas Club Ninja Bandung, kita akan membahas terlebih dahulu mengenai sejarah merek motor Kawasaki, yang merupakan induk perusahaan dari motor Ninja ini.

Sejarah Kawasaki dimulai tahun 1878 ketika Shozo Kawasaki mendirikan perusahaan di Tokyo. Perusahaan ini bergerak dalam bidang pembangunan kapal. Pada 1881, Kawasaki Hyogo Shipyard berdiri di Hyogo dan di tahun 1896 merger dengan Tsukigi Shipyard dan membentuk Kawasaki Shipyard Corp. Sampai dengan Perang Dunia II, Kawasaki juga memproduksi pesawat, lokomotif, misil, kapal selam dan supertanker. Setelah perang Dunia II, pihak Sekutu memisahkan divisi pembuat baja Kawasaki dan menjadi Kawasaki Steel Corporation.

Pada 1949, Kawasaki memutuskan untuk terjun ke industri motor dengan memproduksi mesin motor bekerja sama dengan BMW Jerman (yang sebelumnya bekerja sama juga dalam memproduksi pesawat terbang).

Para insinyur dan teknisi pesawat terbang mulai membangun KE (Kawasaki Engine) pada 1949. Tahun 1952 desain mesin KE-1 selesai dibuat dan diproduksi massal mulai tahun 1953. Mesin berpendingin udara, 148cc, OHV, 4 tak ini memiliki power maksimal sebesar 4 PS pada 4,000 rpm.

Kawasaki memproduksi sepeda motor utuh dengan nama Meihatsu 125 Deluxe dengan mengusung mesin KB-5. Motor ini mampu melaju 81.5 kph, rekor baru di kelasnya saat itu. Dalam tes yang lain, mesinnya mampu melaju lebih dari 50,000 km tanpa henti dan tidak mengalami kerusakan.

Pada tahun 1960, Kawasaki mengambil alih pabrik motor Meguro, salah satu pabrikan motor Jepang pada waktu itu. Meguro merupakan satu-satunya pabrikan Jepang yang membuat motor 500cc 4 tak (waktu itu). Meguro bahkan lebih senior daripada Honda, Yamaha dan Suzuki. Pada 1962, namanya diubah menjadi Kawasaki Motorcycles.

Motor berpendingin air 4 silinder, DOHC, 16 valves, 908 cc dengan nama GPZ900R Ninja diperkenalkan di Laguna Seca pada tahun 1983. Catatan: inilah motor pertama Kawasaki yang diberi nama NINJA. Tahun 1984, namanya tercatat di buku rekor sebagai motor terkencang (waktu itu). Kelak motor ini akan digantikan oleh Kawasaki ZZ-R1100. Kemudian ZXR yang pertama lahir dengan mesin 750 cc dan 400 cc pada tahun 1989.

Lalu pada akhirnya Kawasaki pun masuk ke Indonesia. PT. Kawasaki Motor Indonesia (KMI) adalah perusahaan otomotif roda dua asal Jepang yang memproduksi sepeda motor Kawasaki di Indonesia.

Sejarah Perusahaan PT Kawasaki Motor Indonesia didirikan pada tanggal 18 Februari 1994 sebagai perusahaan *joint venture* antara Kawasaki Heavy Industries, Ltd. – Jepang dengan salah satu perusahaan di Indonesia yaitu PT Sumber Selatan Nusa.

Bisnis perusahaan bergerak dibidang kendaraan beroda dua dengan merek Kawasasaki. Produksi pertama dimulai pada Maret 1995. diikuti dengan penjualan unit, *spare part* serta fasilitas servis .PT Kawasaki Motor Indonesia yang bertempat di Jl. Perintis Kemerdekaan Kelapa Gading, Jakarta Utara memiliki dua kegiatan utama yaitu merakit dan memproduksi komponen motor. Kapasitas produksi menghasilkan 200.000 unit per tahunnya. Unit bisnis Kawasaki yaitu: industri otomotif, perakitan sepeda motor termasuk komponennya

Dengan mengacu pada filosofi “Marching On To Unlimited Improvement” semangat juang dan kerjasama yang kokoh antara manajemen, pekerja, dan serikat buruh PT Kawasaki Motor Indonesia berencana untuk menjadi perusahaan terbaik dalam kualitas, produktivitas, dan disiplin. Untuk meraih target-target tersebut, beberapa upaya yang harus dilakukan secara berkesinambungan, yaitu sebagai berikut: Mengaplikasikan sistem produksi Kawasaki yang didasari oleh konsep “*Just in time*” dengan melakukan pengendalian visual untuk meminimalisir pekerjaan yang tidak bermanfaat dan

mengatur persediaan barang dengan mengikuti faham 5 S (Seiri/Arrangemen,Seiton/Order,Seiso/Clean,Seiketsu/Cleanliness,Shitsuke/Dicipline). Prosedur standar operasi digunakan dalam proses komponen, sparepart motor dan trial, hal ini bertujuan agar memudahkan dalam *maintaining*.

Kemudian, salah satu strategi marketing mereka agar perusahaan Kawasaki Motor Indonesia bisa selalu dekat dengan para konsumennya, mereka membuat komunitas pencinta motor Kawasaki Ninja. Selain itu, ini dilakukan agar konsumen bisa dengan mudah untuk mendapatkan informasi seputar motornya, dan bisa mengenal sesama pengguna Kawasaki Ninja yang lain.

Pembahasan peneliti kemudian difokuskan pada salah satu region komunitas sesama pencinta motor Kawasaki Ninja, yakni Club Ninja Bandung (CNB). Peneliti tertarik dengan komunitas pencinta motor ini karena peneliti sendiri adalah salah satu anggota dari Club Ninja Bandung. Peneliti menilai, terdapat sebuah fenomena yang menarik untuk diteliti mengenai aktivitas dari komunitas motor seperti itu, serta apa yang menjadi motivasi bagi para anggotanya untuk bergabung.

Club Ninja Bandung (CNB) sendiri berdiri pada tanggal 24 Agustus 2008, bersamaan dengan diluncurkannya motor Kawasaki Ninja 250cc. Pada awalnya CNB diprakarsai oleh 8 orang yang memiliki motor tersebut. Mereka berinisiatif untuk mendirikan komunitas tersebut karena alasan kesamaan hobi mengenai motor/otomotif dan kendaraan motor Kawasaki Ninja yang mereka miliki. Pada saat ini CNB diketuai oleh Haris Koswara, dan di tahun 2014 CNB sudah

memasuki generasi ke-7. Jumlah anggota aktifnya kurang lebih berjumlah 300 orang. Kegiatan rutin yang sering dilakukan adalah pertemuan antar anggota (silaturahmi) sekaligus membahas mengenai Kawasaki Ninja, *touring*, mengikuti kontes modifikasi, balapan di sirkuit, hingga bakti sosial. Komunitas ini terdiri dari kalangan remaja hingga orang dewasa.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti sangat tertarik untuk memilih judul **“FENOMENA CLUB MOTOR DI KALANGAN PEMUDA KOTA BANDUNG”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian di latar belakang, maka dapat diidentifikasi yang menjadi fokus penelitian ini, secara khusus di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Realitas Fenomena Club Motor Ninja Bandung Dikalangan Pemuda Kota Bandung?
2. Bagaimana Eksistensi Club Motor Ninja Bandung Dikalangan Pemuda Kota Bandung?
3. Bagaimana Perilaku Komunitas Motor Club Ninja Bandung Dikalangan Pemuda Kota Bandung?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dan tujuan ini adalah untuk dapat memahami fenomena komunitas klub motor di kalangan pemuda Kota Bandung.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat ujian sidang strata satu (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Bidang kajian Jurnalistik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan. Selain itu ada alasan lainnya, yaitu sebagai berikut:

- 1. Untuk Mengetahui Bagaimana Realitas Fenomena Club Motor Ninja Bandung Dikalangan Pemuda Kota Bandung.*
- 2. Untuk Mengetahui Bagaimana Eksistensi Club Motor Ninja Bandung Dikalangan Pemuda Kota Bandung.*
- 3. Untuk Mengetahui Bagaimana Perilaku Komunitas Motor Club Ninja Bandung Dikalangan Pemuda Kota Bandung.*

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini yang terbagi atas kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yang dapat diperoleh. Diantaranya adalah sebagai berikut ini:

### 1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan pengetahuan dalam kajian ilmu sosial dan komunikasi khususnya bidang Jurnalistik.
- b. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah kepustakaan ilmu komunikasi terutama bidang Jurnalistik,serta meningkatkan informasi dan memperluas pengetahuan bagi pihak yang berkepentingan mengenai materi yang diteliti.

### 2. Kegunaan Praktisi

- a. Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai ilmu komunikasi khususnya dalam bidang Jurnalistik sebagai bahan perbandingan antara teori dengan penerapannya atau praktiknya.
- b. Hasil penelitian ini dapat menambahkan pengetahuan dan wawasan mengenai komunitas motor.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Istilah fenomenologi mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai pokok sebuah realitas.

Pernyataan serupa disampaikan pula oleh **Alfred Schutz**, yang dikutip oleh **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi, Schutz** berpendapat bahwa:

**Fenomenologi adalah merekonstruksi dunia kehiduapan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka alami. Relitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti dalam anggota masyarakat berbagai persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi dan komunikasi. (2013:110)**

Menarik inti dari pendapat Schutz di atas, bahwa fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dan memahami apa yang dirasakan oleh orang yang mengalaminya dengan kesadaran, sehingga apa yang dirasakan oleh orang lain dapat dirasakan juga oleh kita, seolah-olah kita mengalaminya.

Schutz menambahkan bahwa tugas fenomenologi adalah menggabungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan dari kegiatan di mana pengalaman dan pengetahuan itu berasal dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran (**Kuswarno, Engkus.2013:17**)

Menurut **Weber** yang dikutip dan diterjemahkan oleh **Kuswarno** dalam bukunya **fenomenologi**:

**Tindakan dapat dikatakan tindakan sosial apabila tindakan tersebut dengan mempertimbangkan perilaku orang lain. Jadi tindakan sosial merupakan perilaku manusia yang mempunyai makna subjektif bagi prilakunya. (2009:10)**

Tindakan yang dilakukan oleh bikers dalam melakukan perjalanan atau *touring* dan berbagai aktifitas lainnya. bikers dapat juga dikatakan sebagai tindakan sosial seperti yang dikatakan Weber. Hal itu dikarenakan tindakan yang dilakukan bikers tersebut merupakan tindakan yang mempertimbangkan perilaku orang lain dan perilaku tersebut mempunyai makna subjektif bagi para bikers.

Para pelaku tindakan sosial oleh **Schutz** dinamakan sebagai “aktor” memiliki makna subjektif terhadap tindakan sosial yang dilakukannya .namun **Schutz**, makna subjektif tersebut bukan ada pada dunia privat, personal atau individual. Hal ini di perjelas oleh **Schutz** yang dikutip dari buku **Fenomenologi** karya **Kuswarno**, adalah sebagai berikut:

**Makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial oleh actor berupa sebuah kesamaan dan kebersamaan (common and shared) diantara para actor.oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”. (2013:110)**

Dikaitkan dengan fenomena bikers.Para bikers ini merupakan aktor yang merekonstruksi dunia kehidupan mereka sendiri dalam bentuk tindakan berupa pengalaman berkendara jarak jauh yang mereka lakukan dan apa yang mereka

lakukan memiliki makna subjektif yang kemudian mereka curahkan ke dalam komunitas yang memiliki kesamaan tindakan sehingga maknanya bersifat intersubjektif.

Setiap tindakan yang dilakukan seseorang pasti memiliki motif tertentu yang melatar belakangi seseorang tersebut melakukan tindakan tersebut. Motif dapat menggambarkan keseluruhan tindakan yang dilakukan seseorang.

Menurut **Schultz** ada dua fase untuk menggambarkan tindakan seseorang. Berikut yang di jelaskan oleh **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi**, adalah sebagai berikut:

**Dua fase yang diusulkan Schultz diberinama tindakan *in order to motive*(um zu motiv), yang merujuk pada masa yang akan datang ; dan tindakan *because motive (weil motive)* yang merujuk pada masa lalu. (2013:111)**

Para anggota dari komunitas club ninja bandung sudah pasti memiliki motif yang berbeda-beda dalam melakukan tindakan sebagai seorang bikers, baik motif yang berorientasi pada masa depan ataupun motif yang berorientasi pada masa lalu.

Dalam konteks fenomenologi, peran bikers adalah aktor yang melakukan tindakan sosial menemui aktor-aktor lain sehingga memiliki kesamaan dan kebersamaan dalam ikatan makna intersubjektif. Para actor tersebut juga memiliki historisitas dan dapat dalam bentuk yang alami. mengikuti pemikiran **Schultz**, para bikers sebagai aktor mungkin memiliki salah satu dari dua motif, yaitu motif yang

berorientasi ke masa depan (*in order to motive*), dan motif yang berorientasi ke masa lalu (*because motive*).

fenomena adalah realitas sosial yang dapat di obserfasi namun belum tentu mampu dijelaskan secara rasional, sama halnya dengan informan yang memutuskan menjadi seorang bikers untuk mengekspresikan keinginan yang pasti ada disetiap manusia.

Fenomena juga bisa di anggap sebagai sebuah paham yang memandang sesuatu adalah tidak bisa diungkapkan. Tapi mengungkap dirinya sendiri. Tidak bisa dideskripsikan, karena pendeskripsian hanyalah subjeksi. Tapi mendeskripsi dirinya sendiri. Lepas dari semua pendapat, pembenaran, maupun penyalahan akan dirinya. Semua orang mampu mendefinisikannya. Namun tidak seorangpun benar. Karena dia, mendefinisikan dirinya sendiri. Dan definisi tersebut, tidak sekalipun terungkap

Peneliti memilih fenomena *bikers* adalah *bikers* sebagai cara untuk menikmati hidup merupakan suatu garis besar dan yang peneliti rasakan setelah melakukan wawancara kepada para informan, dan kata-kata itulah yang bisa mewakili sesuatu yang tersirat dari para informan yang di tangkap oleh peneliti. Kata-kata itupun bisa mencakup alasan lainnya, yang peneliti pahami berdasarkan realitas yang berkembang dilingkungan pemuda pencinta motor Kawasaki Ninja di Kota Bandung. Pola hidup pemuda yang melakukan keseharian dengan berulang-ulang (konstan). Yang didalamnya mencakup kuliah dan kerja,. Itu akan membuat pemuda membutuhkan refreshing untuk

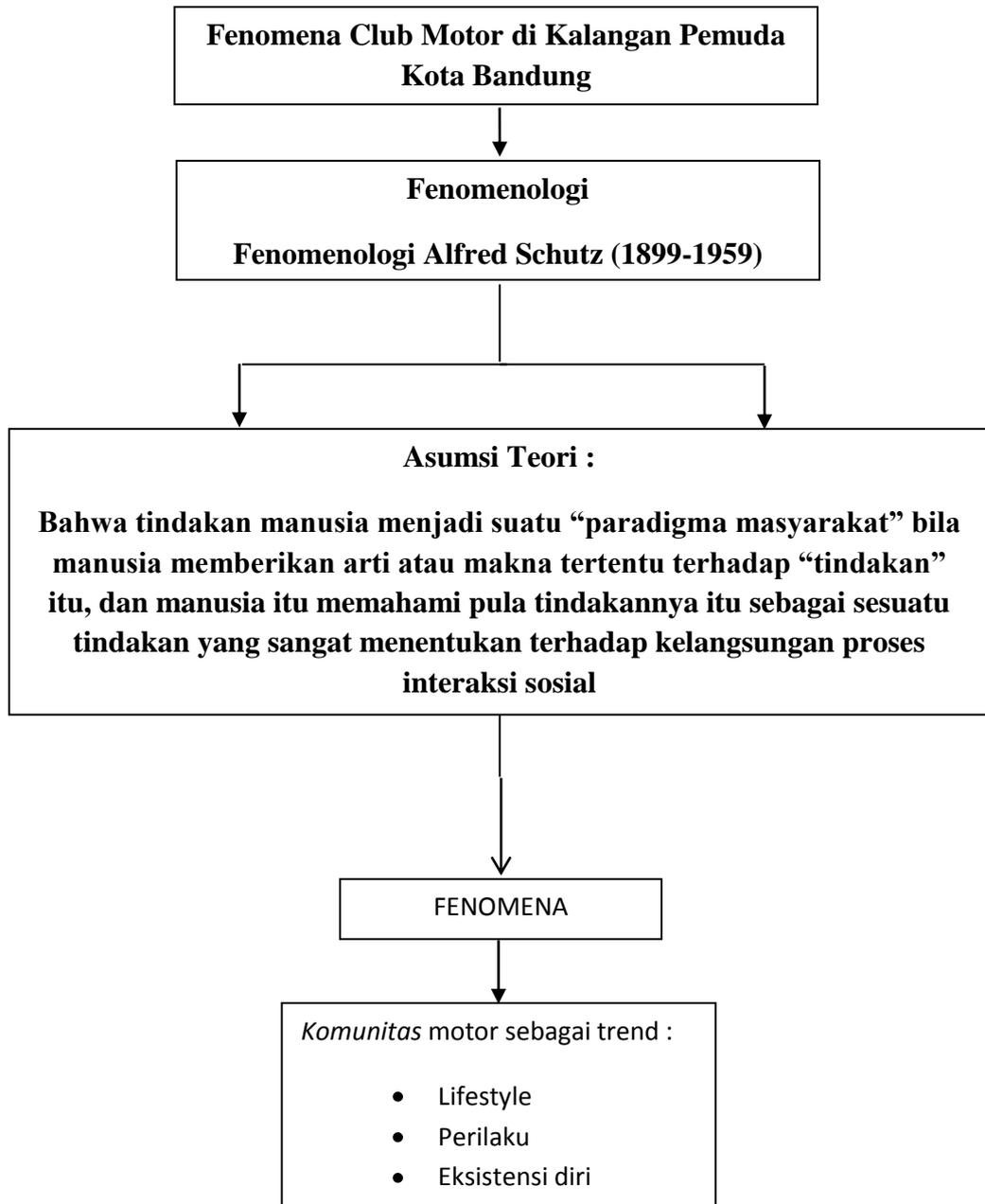
mengekspresikan diri diluar kebiasaan atau keseharian yang mereka lakukan. Refreshing bisa dilakukan dengan banyak cara namun saat ini sangat banyak pemuda yang memilih untuk bergabung dengan komunitas klub motor, atas dasar kesamaan hobi dan kesukaan terhadap suatu hal, yakni motor, hanya untuk melepaskan penat dari rutinitas yang mereka jalani.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dalam penelitian mengenai fenomena bikers ini, peneliti menggunakan teori fenomenologi **Alfred Schultz** karena teori ini sesuai untuk digunakan dalam penelitian mengenai fenomena bikers ini. Untuk memperjelas penelitian ini, peneliti membuat sebuah bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:

### 1.5.1 Bagan Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1

**Bagan Kerangka pemikiran**



**Sumber: hasil kajian peneliti dan konsultasi dengan pembimbing**