**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Geng motor adalah sekumpulan masyarakat yang memiliki hobi bersepeda motor yang membuat kegiatan berkendara sepeda motor secara bersama-sama, baik tujuan *konvoi* maupun *touring* dengan sepeda motor. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2001), geng berarti sebuah kelompok atau gerombolan remaja yang dilatarbelakangi oleh persamaan latar sosial, sekolah, daerah, dan sebagainya. Pelakunya dikenal dengan sebutan gengster. Sebuah kata yang berasal dari bahasa Inggris, *gangster*. *Gangster* berarti seorang anggota dalam sebuah kelompok yang terorganisir. Geng motor sendiri dilandasi oleh aktivitas kesenangan di atas motor. Umumnya keberadaan mereka ada di setiap kota besar.

 Faktor pendorong adanya geng motor yaitu psikologi anak-anak muda yang senang bergerombol, dan membentuk geng karena memiliki kesamaan hobi, faktor penarik, dimana sebagai ruang atau kanal untuk menyalurkan hobi atau aktivitas anak-anak. Kemunculan geng motor tidak secara tiba-tiba, namun, butuh waktu panjang untuk berproses, berkonsolidasi untuk menjadi sebuah kelompok yang eksis. Sebagai geng motor yang ada di kota Bandung, Exalt To Creativity (XTC), yaitu terdiri dari beberapa orang yang memiliki hobby bermotor, kemudian melakukan kegiatan kegiatannya dan melakukan perekrutan anggota baru yang mereka yakini menjadi suatu nilai kebanggaan kelompok. Geng motor ini menjadi kebanggaan anggotanya, karena mereka merasa berkelompok dan terlindungi dari persaingan antar remaja yang lain.

Organisasi Masyarakat (ORMAS) adalah perkumpulan sosial yang dibentuk oleh masyarakat, baik yang berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum secara sukarela atas dasar kesamaan kegiatan, profesi, tujuan yang berfungsi sebagai sarana partisipasi masyarakat dalam pembangunan bangsa dan negara. Sebagai makhluk yang selalu hidup bersama-sama, manusia membentuk organisasi sosial untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang tidak dapat mereka capai sendiri. Sebagai warga masyarakat dan warga negara setiap manusia Indonesia harus memegang semangat kekeluargaan dan semangat gotong-royong. Hal ini berarti bahwa kita sebagai warga negara harus mengadakan organisasi dan saling membantu. Negara kita yang berasaskan kekeluargaan, menghormati hak pribadi. Sebaliknya hak pribadi itu dilaksanakan dengan memperhatikan kepentingan bersama yaitu kepentingan nasional. Oleh karena itu, kepentingan nasional yang merupakan kepentingan bersama itu harus didahulukan daripada kepentingan pribadi atau golongan.

Di kota Bandung sendiri, tidak dapat dipungkiri bahwa citra geng motor di mata publik cenderung negatif karena beberapa oknum yang sering melakukan kejahatan dengan membawa bendera geng motornya, seperti penganiayaan, perampokan, dan pelanggaran-pelanggaran di jalan raya. Namun saat ini, geng motor XTC yang sudah mentransformasikan diri mereka menjadi sebuah organisasi masyarakat (ORMAS) yang terjun langsung di kalangan masyarakat. Geng motor XTC yang bertransformasi menjadi organisasi masyarakat memiliki visi misi tersendiri, tujuannya untuk merubah citra geng motor dan memperluas batasannya. Perubahan itu mengarah ke sesuatu yang lebih baik, sekaligus merubah stigma di masyarakat yang selama ini menganggap XTC geng motor.

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti berusaha untuk mengangkat fenomena ini dengan mengambil judul penelitian :

**“ FENOMENA GENG MOTOR XTC DI KOTA BANDUNG”**

* 1. **Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1 Fokus Penelitian**

 Berdasarkan uraian pada konteks penelitian, maka permasalahan yang menjadi perhatian utama adalah **“Bagaimana Fenomena Geng Motor XTC Di Kota Bandung”.**

**1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan yang telah di paparkan dalam latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang akan di teliti sebagai berikut:

1. Apa saja motif geng motor XTC Di Kota Bandung?
2. Bagaimana interaksi sosial geng motor XTC Di Kota Bandung?
3. Apa saja makna yang terkandung dalam interaksi sosial geng motor XTC Di Kota Bandung?

**1.3. Tujuan Penelitian**

 Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui *account* (motif) geng motor XTC Di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui interaksi sosial geng motor XTC Di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui makna yang terkandung dalam interaksi sosial geng motor XTC Di Kota Bandung.

**1.4 Kegunaan Penelitian**

 Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu berkaitan dengan judul penelitian. Kegunaan ini terbagi menjadi dua bagian yaitu **Kegunaan Teoritis** dan **Kegunaan Praktis** yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

**1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Dalam aspek teoritis diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan keilmuan mengenai fenomena komunikasi kelompok geng motor di kalangan masyarakat.

**1.4.2 Kegunaan Praktis**

Sedangkan ditinjau dari aspek praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan dalam menyikapi fenomena komunikasi kelompok di kalangan organisasi masyarakat.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, hal yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran juga digunakan sebagai tempat untuk menjelaskan suatu metode ataupun teori yang digunakan dalam melakukan suatu penelitian. Untuk mendapatkan gambaran mengenai pemaparan diatas, maka dari itu peneliti akan mengaitkannya dengan teori Fenomenologi.

**Fenomenologi** Berasal dari bahasa Yunani, Phainoai yang berarti ”menapak”. Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heirinkch. Meskipun demikian yang menjadi pelopor aliran fenomenologi adalah **Alfred Schutz**. Jika dikaji lagi Fenomenologi itu berasal dari phenomenon yang berarti realitas yang tampak. Dan logos yang berarti ilmu. Jadi fenomenologi itu ialah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak.

Fenomenologi memulai segala sesuatu dengan diam, yaitu sebagai tindakan untuk mengungkap makna dari segala sesuatu yang di teliti. **Kuswarno** dalam bukunya yang berjudul **Fenomenologi** memaparkan bahwa:

**Fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia, dan makna yang ditempelkan padanya. (2009:35)**

Salah satu ilmuwan sosial yang berjasa dalam perkembangan fenomenologi adalah **Schutz**, menurutnya dalam **Fenomenologi** karya **Kuswarno**:

**Menghubungkan 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( 2013:17)**

Bagi fenomenologi juga sama halnya, bahkan tindakan terutama ditujukan kepada proses internal dari kesadaran (manusia), baik individual ataupun kolektif. Sekali tindakan itu ditransformasikan kedalam pikiran kita, ia menjadi sulit untuk keluar lagi dan ia mempunyai konsekuensinya pada usaha memperluas sosiologi-fenomenologis menjadi teori tentang masyarakat seperti juga tentang pribadi. Pendapat tersebut cukup memberikan gambaran bahwa fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dan memahami apa yang dirasakan oleh orang lain menurut kesadarannya. Sehingga apa yang dirasakan oleh orang lain bisa kita rasakan juga atau seolah-olah mengalaminya juga. Pemahamannya diawali dengan upaya menyimpulkan sesuatu dari setiap prasangka terhadap realitas.

Menurut Schutz, manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”. Hubungan makna pun diorganisasi melalui proses ini atau biasa disebut *stock of knowledge*. Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami proses tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan imlplisit.

Bagi Schutz dan pemahaman kaum fenomenologis, tugas fenomenologis adalah:

**Merekonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi dan komunikasi (2013:110)**

Abad ke 18 tidak saja penting bagi fenomenologi, namun juga untuk dunia filsafat secara umum. Menurut filosof Immanuel Kant, fenomena didefinisikan sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya \*(hasil sntesis antara pengindraan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak darinya). Pada tahun berikutnya, pembahasan fenomenologi berkembang tidak hanya pada tataran “kesengajaan”, namun meluas ke kesadaran sementara, intersubjektivitas, kesengajaan praktis, dan konteks sosial dan bahasa dari tindakan manusia.

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

Terdapat dua garis besar dalam pemikiran fenomenologi, yakni fenomenologi transendental seperti yang digambarkan dalam kerja **Edmund Husserl** dan fenomenologi sosial yang di gambarkan oleh Alferd Schutz, dari dua garis besar tersebut (**Husserl dan Schutz**) terdapat tiga kesamaan yang berhubungan dengan studi komunikasi, yakni :

**a. Prinsip yang paling dasar dari fenomenologi yang secara jelas dihubungkan dengan idealisme adalah bahwa pengetahuan tidak dapat ditemukan dalam pengalaman eksternal tetapi dalam diri kesadaran individu.**

**b. Makna adalah derivasi dari potensialitas sebuah objek atau pengalaman yang khusu dalam kehidupan pribadi. Esensinya, makna yang berasal dari suatu obje k atau pengalaman akan bergantung pada latar belakang individu dan kejadian tertentu dalam hidup.**

**c. Kalangan fenomenologi percaya bahwa dunia dialami dan makna dibangun melalu melalui bahasa. Ketiga dasar fenomenologi ini mempunyai perbedaan derajat signifikasi, bergantung pada aliran tertentu pemikiran fenomenologi yang akan di bahas. (1967:87)**

Dalam melakukan penelitian harus menggunakan metode yang sama penafsiran seperti halnya orang dalam akal sehat dunianya. Memang ada berbagai ragam realitas termasuk di dalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan, tetapi realitas yang tertinggi itu adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubyektif yang disebutnya sebagai the life world.

Fenomenologi adalah realitas, tampak, sedangkan menurut bahasa (logos) ilmu. Jadi fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan tentang realitas sosial, tentang fenomena *geng motor* melalui organisasi masyarakat yang tampak dari kehidupan masyarakat.

Geng motor adalah sekumpulan masyarakat yang memiliki hobi bersepeda motor yang membuat kegiatan berkendara sepeda motor secara bersama-sama, baik tujuan *konvoi* maupun *touring* dengan sepeda motor.

Salah satu geng motor yang ada di Kota Bandung yaitu Exalt To Creativity (XTC). XTC yaitu adalah komunitas otomotif yang berdiri pada 31 Desember tahun 1982 oleh 4 (empat) orang pemuda Bandung. XTC mempunyai simbol kelompok berupa bendera berwarna paling atas putih-biru, muda-biru tua, tengahnya bergambar lebah yang secara harfiah oleh anggota kelompok XTC dimaknai sebagai solidaritas antar anggota, jauhnya, bila salah satu di antara mereka ada yang diserang, maka yang lainnya akan membela seperti halnya lebah.

Peneliti akan menjelaskan kedalam sebuah bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat mengenai Fenomena ini :

**Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran Penelitian**

 **FENOMENA GENG MOTOR XTC DI KOTA BANDUNG**

**TEORI FENOMENOLOGI**

 **Alfred Schutz**

**Makna**

**Interaksi Sosial**

**Motif (***account)*

**(Sumber : Olahan Peneliti & Pembimbing: 2017)**