**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penenlitian**

Komunikasi merupakan kebutuhan integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia atau masyarakat. Kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan dari komunikasi, manusia akan selalau terlibat dengan komunikasi, aktivitas komunikasi dapat terlihat pada aspek kehidupan sehari – hari. arti komunikasi itu sendiri adalah merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu. Adapula yang menyebutkan komunikasi sebagai suatu proses penyampain pesan berupa lambang, pesan, suara, dan gambar dari suatu sumber kepada sasaran *(audience)* dengan menggunakan saluran tertentu. Hal ini dapat digambarkan melalui sebuah percakapan sebagai bentuk awal dari bentuk komunikasi. Orang yang sedang berbicara adalah *source* (sumber) dari komunikasi atau dengan istilah lain yang disebut dengan komunikator. Orang yang sedang mendengarkan disebut dengan *audience*, sasaran, pendengar atau komunikan. Apa yang sedang disampaikan oleh orang yang sedang berbicara disebut pesan, sedangkan saluran yang digunakan untuk menyampaikan dari komunikator ke komunikan disebut *channe*l (saluran).

Sebagaimana pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia, maka sumber daya manusia yang mampu berkomunikasi dan berinteraksi dengan baik sangat di perlukan terlebih dalam ruang lingkup lingkungan organisasi maupun instansi. Dalam organisasi sumber daya manusia tersebut akan selalu melakukan fungsi komunikasinya sehingga tujuan dari organisasinya dapat tercapai.

Manusia adalah makhluk yang berbahasa, manusia dengan perantaraan tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Manusia berkomunikasi dengan cara verbal dan non-verbal. Komunikasi simbolis mengandalkan kesadaran mendalam dan karena itu menuntut penyertaan bahasa. Kedua, bahasa simbolis menciptakan situasi yang simbolis juga. Yang artinya, penuh dengan tanda tanya atau hal-hal yang mesti diungkapkan maksud dan arti yang terkandung didalamnya. Ketiga, bahasa simbolis terletak ditengah antara bahasa mistis dan alegoris seperti halnya pula berlaku dalam tindakan.

Komunikasi bukan hanya sebagai proses, melainkan komunikasi sebagai pembangkit makna (the generation of meaning). Ketika kita berkomunikasi dengan orang lain, setidaknya orang lain tersebut memahami maksud pesan kita, kurang lebih secara tepat. Supaya komunikasi dapat terlaksana, maka kita harus membuat pesan dalam bentuk tanda (bahasa, kata). Pesan-pesan yang kita buat, mendorong orang lain untuk menciptakan makna untuk dirinya sendiri yang terkait dalam beberapa hal dengan makna yang kita buat dalam pesan kita. Semakin banyak kita berbagi kode yang sama, makin banyak kita menggunakan sistem tanda yang sama, maka makin dekatlah “makna” kita dengan orang tersebut atas pesan yang datang pada masing-masing kita dengan orang lain tersebut.

Komunikasi massa adalah proses di mana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (publik). Organisasi - organisasi media ini akan menyebarluaskan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat. Dalam komunikasi massa, media massa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak.

*Public Relations* merupakan suatu profesi yang menghubungkan antara lembaga atau organisasi dengan publiknya yang ikut menentukan kelangsungan hidup dan citra positif lembaga tersebut. Karena itu *PR* berfungsi menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen, memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. *PR* pada dasarnya menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan baik dengan publik. Dalam *PR* dibedakan dua macam publik yang menjadi sasaran yakni publik internal dan eksternal.

Peranan praktisi humas dalam sebuah organisasi lembaga atau Perusahaan merupakan salah satu kunci penting untuk pemahaman akan fungsi  *public relations* dan komunikasi organisasi di samping sebagai sarana pengembangan, pencapaian  profesionalitas dari praktisi humas. Praktisi humas juga di tuntut harus mampu mengetahui dan faham akan segala informasi terkini terlebih yang menyangkut organisasi, lembaga, atau Perusahaan tempat dia bekerja.

Perkembangan media sosial terutama Instagram yang semakin hari semakin pesat perkembanganya , telah membawa manusia pada titik dimana tidak bisa lepas dari penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi pun saat ini telah memberikan kemudahan bagi setiap manusia untuk tetap selalu terhubung kepada setiap orang diberbagai belahan dunia. Kemudahan dalam berkomunikasi saat ini semakin terasa kental di kalangan remaja, Dalam penggunaan media sosial, tentu seseorang memiliki berbagai motivasi. Untuk sekedar berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun salah satu yang menjadi trend saat ini adalah penggunaan media sebagai bentuk eksistensi diri, di era gelobalisai ini media social di manfaatkan oleh manusia untuk berbisnis maupun untuk mempublish suatu kegiatan sehari hari untuk exsistensi agar lebih banyak di kenal oleh orang dan media social Instagram juga di banyak di manfaat kan oleh komunitas, club motor dan organisasi organisasi lainya dengan bertujuan untuk membuat nama club motor ataupun komunitasnya lebih di kenal oleh khalayak luas terutama di kalangan anak remaja.

 Pada tahap remaja, seseorang tertarik dengan kelompok sebaya yang mempunyai minat dan hoby yang sama sehingga banyak melakukan kegiatan bersama dalam mengisi waktu luangnya Salah satu bentuk kelompok di kalangan remaja adalah klub motor. Berkembangnya klub motor atau komunitas bikers di Indonesia khususnya di Kota Bandung merupakan sebuah realita yang dihasilkan dari perkembangan sosial masyarakat yang semakin heterogen. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan akan menimbulkan implikasi sosial yang positif maupun negatif. Situasi yang berkembang saat ini di sebagian masyarakat adalah klub motor melakukan tindakan-tindakan yang meresahkan masyarakat seperti balapan liar, mabuk-mabukan, tawuran, maupun narkoba. Bahkan club Motor dianggap sebagai mesin penghasil generasi yang anarkis karena perilaku anggota klub motor di jalan terkadang mengganggu kenyamanan dan keamanan, misalnya saat konvoi di jalan raya. Rombongan konvoi ini seolah-olah menjadi penguasa jalan sehingga pengguna jalan yang lain harus mengalah, apabila tidak mau maka mereka tidak segan-segan untuk melakukan tindakan intimidasi berupa makian, ancaman bahkan tindak kekerasan pada pengguna jalan lain yang juga memiliki hak yang sama atas penggunaan jalan umum.

Namun pada kenyataannya kelompok - kelompok bermotor tidak hanya di dominasi oleh klub motor saja namun ada juga klompok motor yang menamakan diri mereka sebagai Geng motor. Jika di cermati terdapat perbedaan yang mendasar antara Klub motor dan Geng motor yakni, Klub motor adalah sebuah kelompok yang dengan sengaja di bentuk sebagai wadah untuk menyalurkan hoby mereka di bidang otomotif, klub motor memiliki struktur organisasi dan terikat oleh aturan IMI ( Ikatan Motor Indonesia ) yang jelas beserta dengan peraturan yang mengikat para anggotanya. Banyak sisi positif yang dapat digali dari keberadaan klub motor antara lain sebagai wadah untuk mensosialisasikan berkendara yang aman, kepada para anggotanya dan juga bisa saling bertukar pikiran tentang ber organisasi atau tukar pengalaman mengenai tips modifikasi motor atau seputar otomotif lainya sehingga dapat menambah pengetahuan akan seluk-beluk mengenai motor. Bahkan pengetahuan yang diperoleh bisa dijadikan modal di masa depan yaitu dengan membuka usaha bengkel servis atau modifikasi motor. Di setiap klub motor pasti memiliki struktur organisasi dan pada waktu-waktu tertentu anggota klub motor ini berkumpul untuk mengadakan kegiatan touringke berbagai daerah, mengikuti pameran otomotif, balap resmi, lomba modifikasi motor bahkan mengadakan bakti sosial seperti membagikan tajil saat bulan puasa, menyambangi panti asuhan yang ada dikota bandung, donor darah atau peduli korban bencana alam.

Club motor Moonrsker atau yang sering di singkat M2R adalah salah satu club motor yang ada di kota Bandung dan termasuk club motor yang sudah lama didirikan, Moonraker di dirikan Pada 28 Oktober 1978, Moonraker didirikan di kota Bandung, Jawa Barat, dan selama tiga dekade lebih anggota club ini terus bertambah. Pada awalnya hanya wilayah Bandung dan skarang menyebar hingga berbagai wilayah di Indonesia.

Moonraker adalah Club motor atau organisasi pengendara dari berbagai jenis motor. club motor ini didirikan oleh tiga orang yang berasal dari kota Bandung yaitu Abah Uci, Abah Jeri, dan Abah Aul. Nama Moonraker sendiri terobsesi dari nama sebuah judul film James Bond yang sedang hits pada saat itu lalu di adobsi untuk menjadi nama sebuah club motor di kota Bandung. Awalnya saat itu didirikan club motor moonraker adalah untuk Mencari bibit pembalap dan tujuan utama terbentuknya organisasi ini adalam mecari bibit bibit pembalap tersebut.

Moonraker adalah sebuah club sport otomotif hobi, dimana didalamnya terdapat para anggotanya mempunyai prestasi luar biasa di kancah olah raga road race, terbilang seorang Beny Baonk dedengkot pembalap roda dua yang malang melintang hingga sampai saat ini. Irvan Octavian pun pernah mengenyam Moto GP 1997 dan juara umum 1 yamaha cup dari tahun 1993 sampai 1996 dan termasuk generasi pertama dari pembalap Indonesia yang pernah belajar balap motor di Spanyol, Irvan Octavianus juga merupakan Pelatih kontingen Jawa Barat pada cabang olahraga balap motor. Saat ajang Pekan Olahraga Nasional (PON) XVIII/2012 di Riau, Kontingen Jawa Barat berhasil menjadi juara umum dengan perolehan tiga medali emas. Ahmad Black, Deden Gantar, Wahyu Widodo, Anggi Permana, Oki Lukmansyah, Owie Nurhuda dan sederet nama-nama lain yang malang melintang di dunia balap motor

M2R nama sandi club otomotif ini diakui eksistensinya di Indonesia. Dengan jumlah ribuan anggota yang tersebar diseluruh Indonesia, itu salah satu bukti bahwa club ini sangat potensial dalam mencari bibit-bibit baru untuk memajukan prestasi klub tersebut di Bandung sebagai Pusatnya dan semua wilayah, sebagai bukti keberhasilan pembibitan anggota kearah yang lebih baik. Prestasi mereka diharapkan bisa menjadi contoh dan motivasi generasi muda lainnya dalam menyalurkan hobi balap motor.

Selain mengutamakan prestasi dalam berlomba khususnya mengenai balapan, Moonraker juga kerap melakukan berbagai kegiatan seperti bakti sosial, touring, dan kegiatan lainnya yang dianggap penting untuk kemajuan organisasi Klub ini memiliki motto “One For All All For One” serta kata “Wanieun” juga seringkali menjadi salah satu ciri khas dari salam dan motto klub ini. Selain beranggotakan pria, Moonraker juga mendeklarasikan Lemoon (Ladies Moonraker) yaitu klub motor yang dikhususkan bagi wanita pada tahun 2004. Kini, Lemoon mengganti namanya menjadi Moonshine.

 Lambang club motor MOONRAKER adalah Serigala bersayap/Terbang yang bagi orang Romawi dan Mesir Kuno lambang serigala diartikan sebagai simbol Pemberani (Wanieun:Sunda).Arti lain lambang serigala dapat diartikan sebagai simbol semangat, persatuan, kecepatan dan kebersamaan/solidaritas. Seekor serigala mampu menaklukan buruannya dengan cepat, dan seekor serigala mampu mencerai beraikan buruannya yang sedang berkumpul.

 Lambang serigala pun dipakai sebagai simbol kota Roma, Tim sepakbola AS Roma, Tim NBA Minnesota, Mozilla Firefox (Serigala Berapi yang menguasai Dunia), Amarok aplikasi musik utk Linux & Unix, FOX racing,dan masih banyak lagi. Lambang kedua MOONRAKER terdiri dari “Sepasang Sayap Garuda” yang hampir sama dengan sayap pada simbol negara Indonesia yaitu Garuda Pancasila.

Hal yang menunjukkan bahwa klub MOONRAKER adalah bagian dari negara Indonesia dan cinta Indonesia. Hanya perbedaannya sayap pada lambang Indonesia berjumlah 17 bulu pada masing-masing sayap yang menandakan hari kemerdekaan negara tersebut yaitu pada tanggal 17 Agustus 1945. Sedangkan sayap dari lambang Moonraker berjumlah 14 bulu pada masing-masing sayap dan jika dijumlahkan menjadi 28 bulu yang mengingatkan akan berdirinya organisasi tersebut pada tanggal 28 Oktober 1978. Burung garuda dilukiskan sebagai burung rajawali seutuhnya dimana kepakan sayapnya yang sangat kuat. Maka sayap garuda sendiri pun dianggap sebagai simbol Kekuatan.

 Lambang ketiga, Mata rantai yang terdapat pada lambang Moonraker melambangkan unsur generasi penerus yang turun temurun dan tidak akan pernah terputus. Didalam mata rantai tersebut terdapat tulisan M2R yaitu singkatan dari nama klub Moonraker.

 Lambang keempat Moonraker terdapat Pita yang menyerukan semboyan “Bandung Speed Maniac” (Anak-anak Bandung yang maniac akan sebuah kecepatan). Semboyan ini terbukti dengan banyaknya prestasi yang diperoleh oleh para anggota dalam berlomba. Sekitar tahun 2008 semboyan tersebut diganti menjadi “Jabar Sport Club” yang dapat diartikan sebagai Klub motor di Jawa Barat yang menjunjung Sportifitas dan kini semboyan itu berubah lagi menjadi “Indonesia Sport Club”. Pada bulan November tahun 1994 Moonraker masuk menjadi anggota IMI Jabar dengan nomor keanggotaan 10 walaupun pada tahun 1988 Moonraker ikut andil dalam mendirikan Ikatan Motor Indonesia (IMI) Jawa Barat.

 Mitos dan legenda yang mengelilingi klub Moonraker sebagai geng motor selama beberapa dekade ini menyebabkan perubahan struktur dari organisasi Moonraker. Pembenahan internal dilakukan demi menjaga nama baik organisasi. Setiap dua tahun sekali klub Moonraker menyelenggarakan Musyawarah Nasional yang pertama kali mulai dilakukan pada tahun 2010 di Kota Bandung.

Telah dikutip dari pernyataan Ketua Umum Moonraker Periode 2010, Iskandar Yausa (Bang Jend), club ini sering dikambinghitamkan oleh para berandalan bermotor untuk melakukan aksi kriminal. Mitos ini telah dibantu oleh laporan penulis media yang dianggap sesuai untuk menyelaraskan Moonraker Indonesia Sport Club dengan fakta saat ini. Banyak juga Penulis dan responden surat kabar dari berbagai macam media telah membuat pernyataan yang tidak berdasarkan pada fakta. Telah dinyatakan bahwa Moonraker adalah geng motor yang sering melakukan tindakan kriminal. Terlepas dari itu, para Pengurus Moonraker tetap peduli dan bekerja dengan berbagai cara untuk menjaga nama baik club moonraker agar club motor ini tidak di anggap sebagai beradalan geng motor.

* 1. **Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**
		1. **Fokus Penelitian**

 Berdasarkan pemaparan konteks penelitian diatas, maka peneliti memfokuskan kajian penelitian pada “Fungsi Media Sosial Instagram dalam Membentuk Citra Baru di Masyarakat Kota Bandung”.

* + 1. **Pertanyaan Penelitian**
1. Bagaimana stimulus citra moonraker sekarang dan perbedaan moonraker yang dulu dan skarang setelah memanfaatkan media social instagram?
2. Bagaimana pembentukan citra club moonraker melalui media sosial instagram ?
3. Bagaimana respon dari masyarakat Bandung terhadap club motor moonraker dalam membentuk citra baru melalui media sosial Instagram?
	1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
		1. **Tujuan Penelitian**
4. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat ujian sidang Strata 1 (S1), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, jurusan Ilmu Komunikasi, Kosentrasi Humas (Hubungan Masyarakat) dan mengetahui fungsi media sosial Instagram di salah satu club motor di bandung dalam meningkatkan citra.
5. Mengetahui hambatan yang ada ketika menjalankan fungsi media sosial Instagram di club motor moonraker dalam meningkatkan citra komunitas.
6. Mengetahui upaya yang dilakukan untuk menanggulangi hambatan dalam fungsi media sosial Instagram di club motor moonraker dalam meningkatkan citra komunitas.
	* 1. **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya pada Bidang *Public Relations*.

1. **Kegunaan Praktisi**

 Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran kepada para anggota club motor lainya dan Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan berusaha menjadi bahan pertimbangan dalam bahan referensi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan Citra.

1. **Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu komunikasi secara umum, sedangkan kegunaan teoritis secara khusus diharapkan dapat meningkatkan pemahaman yang berkaitan tentang kajian ilmu *Public Relations*.

Kegunaan penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Pasundan secara umum, mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas secara khusus sekaligus menerapkan ilmu komunikasi konsentrasi humas langsung dilapangan dan sebagai literatur bagi yang akan melaksanakan penelitian yang sama. Bagi instansi terkait, secara umum hasil penelitian ini sebagai referensi, masukan dan evaluasi mengenai kegiatan *Public Relations.*