

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sebagian besar masyarakat menggunakan berbagai jenis kendaraan, terutama kendaraan roda dua, atau sebagian besar sepeda motor. Karena banyaknya masyarakat yang bergantung pada sepeda motor, produsen sepeda motor pun mulai memproduksi berbagai jenis sepeda motor. Seiring berkembangnya sepeda motor, banyak orang atau sekelompok orang yang mendirikan atau membuat organisasi, komunitas, atau klub sepeda motor dengan identitas sepeda motor tersebut.

Berbagai aspek komunikasi sangat erat kaitannya dengan orang-orang yang membentuk organisasi, komunitas, klub sepeda, dll, dan hubungan baik dapat dibangun baik di dalam maupun di luar perusahaan. Jenis sepeda motor yang paling populer di Indonesia adalah Vespa. Sejauh ini sudah puluhan Vespa yang dijual di Indonesia. Dari hal lama hingga hal baru di Indonesia. Selama ini Indonesia bisa disebut sebagai surganya Vespa.

Di Indonesia, jumlah pengguna Vespa, baik Vespa klasik maupun matic, semakin meningkat. Meski terbilang motor Vespa lawas, namun tetap memiliki nilai tersendiri di mata penggemarnya, dan banyak masyarakat yang lebih memilih membeli Vespa, apalagi Piaggio masih memproduksi Vespa dengan desain modern dan bertransmisi otomatis. Dan itu memiliki ceritanya sendiri. Aspek sejarah ini memungkinkan para pecinta Vespa untuk menciptakan

komunitas, menjaganya tetap hidup, dan membangun solidaritas antar pengguna Vespa.

Komunikasi berasal dari bahasa latin *Communicatio*, dan asal kata ini bersumber pada kata *Communis* yang artinya sama makna, yaitu sama makna mengenai satu hal (Effendy, 2005: 3). Banyak makna tentang arti kata komunikasi namun dari sekian banyak definisi yang diungkapkan oleh para ahli dapat disimpulkan secara lengkap dengan maknanya yang hakiki, yaitu komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung (secara lisan), maupun tidak langsung melalui media. (Effendy, 2005: 5).

Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi merupakan suatu tindakan yang memungkinkan kita mampu menerima dan memberikan informasi atau pesan sesuai dengan apa yang kita butuhkan. Secara teoritis, tindakan komunikasi berdasarkan pada konteks terbagi menjadi beberapa macam, yaitu konteks komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Jika di lihat dari beberapa konteks komunikasi di atas, konteks komunikasi yang berhubungan atau sesuai dengan penelitian ini adalah komunikasi organisasi.

Komunikasi kelompok Menurut Morissan, (2009: 141) adalah proses sebagai instrumen yang digunakan kelompok untuk mengambil keputusan

dengan menekankan hubungan antara kualitas komunikasi dan kualitas keluaran (output) kelompok. Komunikasi kelompok berfungsi dalam sejumlah hal yang akan menentukan atau memutuskan hasil- hasil yang dicapai kelompok.

Kelompok atau komunitas adalah sebuah wadah yang menampung orang-orang dan objek-objek; orang-orang dalam organisasi yang berusaha mencapai tujuan bersama. Menurut Kertajaya Hermawan (2008: 34) kelompok adalah beberapa orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah kelompok terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota kelompok tersebut karena adanya kesamaan interest atau values.

Ada beberapa arus komunikasi yang berlangsung dalam komunikasi kelompok, yaitu arus komunikasi vertikal yang terdiri dari atas kebawah (*downward communication*) dan arus komunikasi dari bawah ke atas (*upward communication*) serta arus komunikasi yang berlangsung antara dan diantarabagian dalam tingkatan yang sama. Arus komunikasi ini dikenal dengan nama komunikasi horizontal. Dan komunikasi diagonal, komunikasi dalam kelompok antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan unitnya. Komunikasi diagonal tidak menunjukkan kekakuan sebagaimana dalam komunikasi vertikal, tetapi tidak juga menunjukkan keakraban sebagaimana dalam komunikasi horizontal.

(Pace dan Faules dalam Mulyana, 2010: 189-195).

Sebuah kelompok dapat terbentuk karena mempunyai visi, misi dan tujuan yang sama. Serta dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dan bisa diakui keeksistensinya. Sehingga, dalam membangun sebuah kelompok berhasil atau tidaknya ditentukan oleh individu-individu yang ada dalam kelompok tersebut secara bersama-sama. Oleh karena itu, yang harus dimiliki individu-individu dalam sebuah kelompok adalah adanya sebuah ikatan sosial diantara mereka yang diharapkan akan menimbulkan rasa kepemilikan dan kepedulian individu pada kelompok yang telah didirikan.

Untuk membangun ikatan sosial, dibutuhkan sebuah kesadaran pada masing-masing individu yang didasari atas masalah dan kebutuhan bersama. Individu harus mempunyai kesadaran akan ada gerakan bersama untuk memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan bersama yang nantinya akan membentuk solidaritas. Solidaritas pada masing-masing individu ini, akan menjadi suatu ikatan tanggung jawab dalam kelompok.

Scooter secara umum adalah jenis sepeda motor dengan ciri khas rangka yang menjadi satu dengan body (*monocoque*) sehingga pengendara memiliki platform khusus untuk meletakkan kaki. Dalam komunitas scooter ini menggunakan merk Vespa dari perusahaan Piaggio. Vespa sendiri keluar dari sebutan salah seorang petinggi Piaggio. Piaggio mempunyai desain tersendiri dari scooter lain piaggio merubah posisi pemindah gigi dan kopling pada

tangan kiri, posisi roda belakang yang langsung berporos pada mesin, suspensi depan monoshock tipikal pesawat terbang untuk memudahkan penggantian roda dan desain tameng depan yang melindungi pengendara dari percikan air. Seperti scooter-scooter lain yang diproduksi usai perang dunia dua, piaggio memanfaatkan desain dan material eks pesawat udara.

Kelompok komunitas bdgrunway telah berhasil mempertahankan eksistensinya. Pada prosesnya selama berdiri, Komunitas bdgrunway telah berhasil membentuk kelompok yang berkembang dan kuat dalam mempertahankan keberadaan mereka di Bandung. Menurut salah satu pendiri Komunitas bdgrunway, Gihza yang akrab dipanggil Gihza ini dalam pernyataannya, Komunitas Komunitas bdgrunway adalah suatu bentuk keluarga kedua dirinya.

Komunitas bdgrunway adalah sebuah wadah bagi para pecinta Scooter dengan berbagai merek. Motor ini memiliki body membulat menyerupai binatang penyengat yaitu lebah. Seperti lebah, yang selalu solid, bekerja sama, rasa solidaritas pun juga tumbuh dari pecinta atau pengendara Scooter. Komunitas ini beranggotakan berbagai kalangan dan jenjang usia dari remaja hingga dewasa. Kelompok ini berawal dari kesamaan hobi dan aktivitas nongkrong bareng. Para anggota Komunitas bdgrunway juga mempunyai hobi bertualang dengan berkendara dan juga memodifikasi motor mereka, maka disinilah para pecinta scooter ini menjalin suatu hubungan atau

kekerabatan juga solidaritas diantara anggota Komunitas bdgrunway. Hingga saat ini anggota Komunitas bdgrunway mencapai lebih dari 200 anggota.

Komunitas bdgrunway yang dibentuk sejak tahun 2017 ini, sekarang telah tumbuh sebagai kelompok yang mempunyai tujuan-tujuan positif yang membuat minat sebagian para kalangan masyarakat yang memiliki scooter di Bandung tertarik untuk bergabung dengan Komunitas bdgrunway. Menurut salah satu pendiri Komunitas bdgrunway, Gihza Paturusi yang akrab dipanggil Gihza yang merupakan ketua juga ketua dari speedingindo.

Untuk berinteraksi dengan sesama anggota yang lainnya agar terciptanya rasa solid disinilah Komunitas bdgrunway membentuk polakomunikasi.

Menurut Syaiful Bahri Djamarah mengatakan bahwa pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Djamarah, 2004:1).

Di dalam sebuah kelompok saling terjadi pertukaran pesan, dan pertukaran pesan tersebut dilakukan melalui pola komunikasi. Pola komunikasi merupakan proses komunikasi dalam menyampaikan sebuah pesan dari anggota satu kepada anggota lain didalam suatu organisasi. Komunitas bdgrunway melakukan suatu pola komunikasi untuk memperkuat solidaritas kelompoknya, karena dengan menjalin suatu hubungan yang baik dan solid diperlukan komunikasi yang efektif.

Pola komunikasi yang digunakan dalam Komunitas bdgrunway yaitu menggunakan pendekatan personal dari masing-masing anggota Komunitas bdgrunway. Dan salah satu upaya Komunitas bdgrunway untuk mengatasi konflik yang ada dalam organisasi maupun anggotanya diantaranya Scooter, memiliki kelebihan dibanding dengan komunitas lainnya yaitu mengedepankan semangat kekeluargaan yang akhirnya membuka rasa solidaritas antar anggota, sehingga mampu bertahan selama 8 tahun. Dengan didukung data-data lapangan yang berhasil penulis peroleh, penulis mampu melihat bagaimana pola komunikasi komunitas Scooter dalam mempertahankan solidaritas para anggotanya hingga bertahan selama 8 tahun.

Sebuah kelompok dapat terbentuk karena dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama dengan perwujudan eksistensi sekelompok orang tersebut terhadap masyarakat. Kelompok yang dianggap baik adalah yang dapat diakui keberadaannya oleh masyarakat sekitar, karena memberi kontribusi seperti pengambilan sumber daya manusia dalam masyarakat sebagai anggota-anggotanya.

Berdasarkan literatur yang peneliti pelajari bahwa didalam sebuah kelompok sering terjadi pertukaran pesan dan pertukaran pesan tersebut dilakukan melalui pola komunikasi. Pola komunikasi merupakan proses komunikasi dalam menyampaikan sebuah pesan dari anggota satu kepada anggota lain didalam suatu kelompok. Komunitas Komunitas bdgrunway

melakukan suatu pola komunikasi untuk mempertahankan solidaritas kelompoknya, karena dengan menjalin suatu hubungan yang baik dan solid diperlukan komunikasi yang efektif.

Komunikasi dalam komunitas bdgrunway dapat berlangsung secara silih berganti dimana setiap anggota menyampaikan pesan untuk disampaikan kepada anggota Scooter Bandung lainnya, agar mampu menciptakan suatu komunikasi yang kondusif sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan, yaitu dengan mengikuti kegiatan-kegiatan baik internal maupun eksternal.

Komunitas bdgrunway melakukan suatu komunikasi untuk mempertahankan solidaritas, karena dengan menjalin suatu hubungan yang baik dan solid diperlukan komunikasi yang efektif agar Komunitas bdgrunway ini bisa tetap eksis dan bisa memperkuat hubungan solidaritas mereka.

Berdasarkan hal-hal yang dipaparkan di atas, penulis tertarik dan memilih untuk mengkaji pola komunikasi pada komunitas scooter “Vespa” dengan judul: **Pola Komunikasi Komunitas Motor Vespa Di Kota Bandung (Komunitas bdgrunway).**

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Melihat latar belakang penelitian diatas maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada *“Pola Komunikasi Komunitas Motor Vespa Di Kota*

*Bandung (Komunitas bdgrunway).”*

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana pengalaman anggota komunitas bdgrunway dalam berkomunikasi sehari-hari?
2. Bagaimana anggota komunitas bdgrunway mengatasi tantangan komunikasi yang muncul?
3. Bagaimana anggota bdgrunway memaknai interaksi mereka dalam komunitas?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi anggota komunitas bdgrunway di Kota Bandung.
2. Untuk mengidentifikasi norma-norma komunikasi dan nilai-nilai yang dipegang oleh anggota komunitas bdgrunway.
3. Untuk mengetahui apakah ada konflik yang terjadi di dalam komunitas bdgrunway baik internal maupun eksternal.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana komunikasi sosial terjadi di antara anggota komunitas Motor Vespa di Kota Bandung. Hal ini melibatkan cara-cara mereka berinteraksi, saling berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial. Hasil

penelitian dapat membantu menggambarkan dinamika internal komunitas Motor Vespa, termasuk hierarki, nilai-nilai bersama, dan norma-norma yang memandu perilaku anggota. Penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif di antara anggota komunitas. Misalnya, jika ditemukan bahwa anggota lebih cenderung berkomunikasi melalui platform online, pengembangan forum diskusi atau media sosial tertentu dapat menjadi solusi yang efektif. Ika penelitian mencakup penggunaan media sosial dalam komunikasi komunitas Vespa, hasilnya dapat memberikan wawasan tentang bagaimana platform tersebut memengaruhi interaksi dan identitas komunitas.

Penelitian ini dapat menjadi kontribusi pada pengetahuan sosial dan budaya di tingkat lokal, khususnya di Kota Bandung. Hal ini dapat membantu memahami cara komunitas lokal membentuk identitas mereka melalui komunikasi sosial. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam tentang komunikasi sosial di komunitas Vespa atau topik terkait lainnya. Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis untuk pihak terkait, seperti kelompok pengelola komunitas, pemerintah lokal, atau pihak lain yang mungkin memiliki kepentingan terhadap komunikasi dalam komunitas Motor Vespa.