

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar setiap manusia dalam menjalani kehidupannya sehari-hari. Kegiatan ini berlangsung dari waktu ke waktu, selama manusia hidup dan melakukan aktivitasnya. Apabila kita mengamati hal di sekeliling kita, maka kita akan melihat bahwa komunikasi merupakan aktivitas yang paling dominan dalam kehidupan bermasyarakat. Bahkan dapat dipastikan, di mana manusia hidup bersama-sama dengan orang lain maka disana selalu ada kegiatan komunikasi, karena komunikasi merupakan kebutuhan hidup manusia komunikasi adalah merupakan aktifitas dasar manusia, dengan komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada.

Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Kemampuan berkomunikasi akan semakin prospektif untuk memajukan karir dalam bidang apapun.

Oleh karena komunikasi bersifat onipresent (hadir dimana-mana), kita dapat memasuki lembaga atau perusahaan apapun karena setiap organisasi itu pasti membutuhkan orang yang cakap berkomunikasi, baik secara lisan ataupun tulisan. Kemampuan berkomunikasi ini berperan penting untuk meningkatkan kualitas individual yang bersangkutan dengan lembaga tempat ia bekerja.

Kualitas individual yang bersangkutan dengan lembaga tempat ia bekerja. Komunikasi antar individual dapat terjalin efektif sangat tergantung pada individu penerima maupun pengirim pesan seperti berikut ini:

1. Transparansi, mencakup aspek yang berkeinginan untuk transparan dengan orang lain bagi setiap individu yang melakukan interaksi dengan orang lain, dan keinginan untuk menanggapi secara jujur semua yang datang kepadanya.
2. Empati, merasakan bagaimana yang di rasakan oleh orang lain.
3. Dukungan, ada kalanya perlu diucapkan tetapi dapat juga untuk tidak diucapkan.
4. Obyektifitas, mencakup adanya perhatian yang lebih terhadap diri seseorang, suatu perasaan itu dikomunikasikan, dan mengefektifkan kerja sama.
5. Kesamaan, mencakup kesamaan suasana dan kedudukan antara orang-orang yang melakukan komunikasi. Komunikasi memegang peran penting dalam sebuah lembaga, perusahaan ataupun organisasi. Organisasi adalah sekelompok orang dalam ikatan tertentu untuk mencapai tujuan bersama dalam ilmu-ilmu sosial, organisasi di pelajari oleh riset dari berbagai bidang ilmu terutama sosiologi, ekonomi dan ilmu politik. Cara kita menyusun atau mengatur orang-orang dan gagasan di pengaruhi oleh cara pandang kita.

Organisasi terdiri dari tindakan-tindakan interaksi dan interaksi yang melibatkan semua anggota. Organisasi di ciptakan dan di pupuk melalui kontak-kontak yang terus menerus di rubah melakukan orang-orang antara satu dan yang lainnya dan tidak eksis secara terpisah dari orang-orang yang berlakunya membentuk organisasi tersebut.

Sebuah organisasi dapat terbentuk karena dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama dengan perwujudan eksistensi sekelompok orang tersebut terhadap masyarakat. Organisasi yang dianggap baik adalah organisasi yang dapat diakui keberadaannya oleh masyarakat disekitarnya, karena memberikan kontribusi seperti; pengambilan sumber daya manusia dalam masyarakat sebagai anggota-anggotanya. Melalui komunikasi akan terjalin kerja sama yang baik antara anggota yang baik akan menciptakan suatu kelembagaan yang baik yang dapat memberikan energi positif bagi komunitas itu sendiri. Kelembagaan memainkan peranan penting dalam menciptakan suatu tatanan masyarakat yang lebih teratur dan lebih terarah. Secara garis besar komunikasi yang baik akan menjadikan ke-solidaritas-an organisasi berjalan baik pula.

Berdasarkan hal tersebut peneliti pelajari bahwa di dalam sebuah organisasi 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 Scooter Syndrome Bandung melakukan suatu pola komunikasi untuk mempertahankan solidaritas anggotanya, karena dengan menjalin suatu hubungan yang baik dan solid diperlukan komunikasi yang efektif. Banyak hal yang mempengaruhi kemampuan suatu organisasi untuk terus bertahan dan berkembang. Secara umum, hal terpenting yang diperlukan adalah menciptakan saling pengertian dan kesepahaman terhadap hal-hal tertentu dalam organisasi. Untuk menumbuhkan saling

pengertian dan kesepahaman tersebut, keberadaan komunikasi mutlak dibutuhkan. Bila komunikasi sebuah organisasi tidak efektif, bukan hanya tidak akan berkembang, tetapi organisasi tersebut akan hancur.

Komunikasi organisasi terjadi kapan pun dan dimana pun setidaknya yang menduduki suatu jabatan dalam suatu organisasi menafsirkan suatu pertunjukan komunikasi di antara anggota-anggota suatu organisasi analisis komunikasi organisasi menyangkut penelaahan atas banyak transaksi yang terjadi antara selimutan sistem tersebut menyangkut penafsiran dan pertunjukan pesan di antara lusinan atau ratusan individu pada saat yang sama yang memiliki jenis hubungan berlainan yang menghubungkan mereka pikiran, keputusan dan perlakuannya di atur oleh kebijakan-kebijakan regulasi yang mempunyai gaya berlainan dalam komunikasi mengelolakan memimpin suatu organisasi. Organisasi sebagai kerangka menunjukkan adanya pembagian tugas antara orang-orang di dalam organisasi itu dan dapat di klasifikasikan sebagai tenaga pimpinan dan tenaga yang di pimpin untuk menyelenggarakan dan mengawasi pelaksanaan dan mengawasi pelaksanaan tujuan yang akan di capai atau administrator mengadakan peraturan sedemikian sehingga ia tidak perlu berkomunikasi secara langsung bersama karyawan. Ia membuat kelompok-kelompok menurut jenis pekerjaan dan mengangkat seseorang sebagai penanggung jawab atas kelompoknya dengan demikian pemimpin cukup berkomunikasi dengan para penanggung jawab kelompok dan jumlah kelompok serta besar bergantung pada besar kecilnya organisasi. Dengan semua penjelasan tersebut, timbul keinginan penulis untuk melakukan penelitian sekaligus

dijadikan sebagai judul skripsi yaitu: “Komunikasi Interaksi Simbolik Budaya Ramah Pada Komunitas Scooter Syndrome di Bandung”

Dalam kenyataan sosial, manusia tidak dapat dikatakan berinteraksi sosial kalau dia tidak berkomunikasi. Dapat dikatakan pula bahwa interaksi antar-budaya yang efektif sangat tergantung dari komunikasi antar budaya. Maka dari itu kita perlu tahu apa-apa yang menjadi unsur-unsur dalam terbentuknya proses komunikasi antarbudaya, yang antara lain adalah adanya komunikator yang berperan sebagai pemrakarsa komunikasi; komunikan sebagai pihak yang menerima pesan, pesan/symbol sebagai ungkapan pikiran, ide atau gagasan, perasaan yang dikirim komunikator kepada komunikan dalam bentuk simbol.

Komunikasi itu muncul, karena adanya kontak, interaksi dan hubungan antar warga masyarakat yang berbeda kebudayaannya. Sehingga "kebudayaan adalah komunikasi dan komunikasi adalah kebudayaan, Jadi sebenarnya tak ada komunitas tanpa kebudayaan, tidak ada masyarakat tanpa pembagian kerja, tanpa proses pengalihan atau transmisi minimum dari informasi. Dengan kata lain, tidak ada komunitas, tidak ada masyarakat, dan tidak ada kebudayaan tanpa komunikasi. Di sinilah pentingnya kita mengetahui komunikasi antarbudaya itu.

sebagai bagian dari tuntutan glabalisasi yang semakin tidak terkendali seperti saat ini, mendorong kepada kita terjadinya sebuah interaksi lintas budaya, lintas kelompok, serta lintas sektoral. Belum lagi perubahan-perubahan global lainnya yang semakin deras dan menjadi bukti nyata bahwa semua orang harus mengerti karakter komunikasi antarbudaya secara mendalam. Lebih lanjut, bahwa esensi komunikasi terletak pada proses, yakni sesuatu aktivitas yang "melayani" hubungan

antara pengirim dan penerima pesan melampaui ruang dan waktu. Itulah sebabnya mengapa semua orang pertama-tama tertarik mempelajari komunikasi manusia (*human communication*), sebuah proses komunikasi yang melibatkan manusia kemarin, kini, dan mungkin di masa yang akan datang. Sedangkan budaya atau kebudayaan adalah keseluruhan pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum, adat istiadat, dan setiap kemampuan lain dan kebiasaan yang dimiliki oleh manusia sebagai anggota suatu masyarakat. Di samping mengetahui pengertian kebudayaan kita juga harus mengetahui unsur-unsur kebudayaan manusia yang antara lain adalah sejarah kebudayaan, identitas sosial, budaya material, peranan relasi, kesenian, bahasa dan interaksi, stabilitas kebudayaan, kepercayaan atas kebudayaan dan nilai, etnosentrisme, perilaku non-verbal, hubungan antar ruang, konsep tentang waktu, pengakuan dan ganjaran, pola pikir, dan aturan-aturan budaya.

Dalam perkembangannya vespa adalah sebuah kendaraan yang memiliki daya tarik tersendiri dari bentuknya yang khas. Vespa juga memiliki salah satu inspirasi bagi perkembangan teknologi transportasi darat pada era modern. Seiring perkembangan zaman yang semakin maju dan semakin modern menjadi popularitas vespa berkurang dan mulai jarang ditemui. Vespa merupakan jenis sebuah kendaraan bermotor yang dibuat oleh perusahaan Piaggio di Italy, awal mulanya Piaggio adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan pesawat terbang dan rel kereta. Vespa mulai pertama dibuat pada tahun 1945 namun mulai di produksi pada tahun 1946 dengan model vespa MP6. Vespa banyak teradopsi dari pesawat terbang, dari mulai kerangka hingga roda yang pada awal pembuatannya masih benar-benar menggunakan limbah besi dan roda pesawat terbang. Sangat

banyak keunikan terdapat pada motor Vespa, dari mulai bentuk kerangka, *body*, suspensi *monoshock* dan gigi yang berada di tangan. vespa masuk ke Indonesia pada tahun 1960an saat itu vespa mempunyai *prestise* yang sangat tinggi, terbukti dengan harga vespa saat itu setara dengan harga sebuah rumah tipe standar. Seiring dengan penetrasi Honda ke pasar dunia yang turut menggoyahkan berbagai merk motor, Indonesia ternyata tidak luput dari fenomena tersebut. vespa menjadi salah satu merk sepeda motor yang tergusur oleh motor Jepang, Meskipun kini vespa di Indonesia semakin sedikit tersingkirkan oleh motor- motor jepang namun vespa masih memiliki cukup banyak penggemar setia, dapat dilihat maraknya bermunculan komunitas Vespa pada tahun 1990an hingga saat ini perusahaan Piaggio masih mengeluarkan model Vespa baru dengan mesin otomatis (*matic*). Namun harga pasar Vespa dari tahun 1960an di Indonesia hingga saat ini masih jauh diatas harga motor-motor Jepang, hal ini membuktikan bahwa kualitas Vespa di dunia masih tetap terjaga.

Kecintaan penulis terhadap motor vespa diawali dari ayahnya yang pada tahun 1999 memiliki sebuah vespa 150 Exclusive 1974 ketika penulis masih berumur dua tahun. Dari sinilah perjalanan panjang penulis dan keluarga alami bersama motor vespa tersebut dan banyak sekali rekaman-rekaman memorial penulis dari balita, remaja hingga sekarang. Perjalanan ketika bersama dengan keluarga bertamasya dan keliling kota menaiki motor vespa. Perjalanan panjang inilah yang membuat penulis tertarik dan menyayangi motor vespa tersebut, meskipun kini motor tersebut terlihat kusam, catnya tidak bagus seperti dahulu akan tetapi hingga saat ini masih tetap setia menemani kemanapun penulis pergi.

Inilah yang membuat penulis cinta dan hobi terhadap vespa terlebih vespa yang dimiliki penulis mempunyai banyak kenangan semasa kecil penulis dan keluarga hingga saat ini.

Komunitas adalah merupakan sebuah kelompok. Komunitas terbentuk ketika dua atau tiga orang bahkan lebih berkumpul karena mempunyai keinginan, hobi dan cita-cita yang sama. Sebuah komunitas vespa terbentuk karena mereka sama-sama mencintai vespa. Sebuah kelompok terbagi menurut jumlah anggotanya. Komunitas vespa merupakan kelompok besar yang anggotanya lebih dari 15 orang. Dilihat dari jumlah anggotanya, komunitas vespa merupakan bentuk dari sebuah kelompok yang berkesinambungan. Kelompok berkesinambungan biasanya terdapat dalam kelompok yang cukup besar, kelompok ini sering bersifat tetap.

Vespa merupakan jenis motor atau scooter yang juga banyak di minati pada saat ini. Meskipun jenis motor yang kuno dan ketinggalan jaman, namun keberadaan vespa banyak di minati dari kalangan muda sampai tua. Tidak peduli motor itu jenis motor lama, jadul atau rongsok. Para pengguna vespa baik yang tergabung dalam komunitas ataupun non komunitas memiliki rasa solidaritas yang tinggi. Hal ini terbukti dengan seringnya mereka menolong sesama pengguna vespa di jalan, seringnya mereka berkumpul, menolong sesama pengguna vespa yang mendapat musibah meskipun belum mengenalnya, sikap mereka saat menyapa pengguna vespa lain.

Kebersamaan dan interaksi yang baik diantara vespa membuat terjalinnya hubungan baik diantara satu sama lain. Tanpa harus diminta bahkan dipaksa

komunitas vespa maupun pencinta vespa telah terbiasa dengan solidaritas. Rasa solidaritas tersebut telah muncul dari setiap individu masing-masing, walaupun tidak semua terikat ke dalam satu komunitas yang sama.

Kecintaan mereka terhadap vespa juga ditunjukkan dengan menggunakan vespa kemana pun ia pergi walaupun sering bermasalah di jalan dan menghabiskan banyak biaya untuk merawatnya, mereka masih saja menggunakan vespa tersebut. Mereka terlihat bangga memiliki vespa sehingga muncul semboyan unik “jangan ngaku kaya kalau belum punya vespa”. Disisi lain, faktor intern yang melatar belakangi rasa solidaritas diantara sesama pengguna vespa adalah kesadaran mereka sebagai makhluk sosial, komunitas vespa mengakui keberadaannya sebagai makhluk yang terlahir hidup dengan bantuan orang lain dan tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain. Oleh karena itu mereka menjunjung tinggi rasa saling menghormati dan tolong menolong khususnya diantara sesama pengguna vespa. Dalam hal ini, rasa solidaritas antara pengguna vespa semakin terpupuk dengan adanya kesamaan dalam mengendarai vespa. Mereka sama-sama mengetahui bagaimana suka dukanya memiliki vespa sehingga jika melihat pengguna vespa lain yang mengalami kesulitan maka mereka secara spontan akan terpanggil untuk menolongnya.

Scooterist begitulah sebutan dari para penggemar, penggila sepeda vespa bahkan pengendara dari sepeda nyentrik ini. Terlihat dari banyaknya scooterist yang ada maka di indonesia sepeda motor ini seakan-akan sudah menjadi icon di berbagai kota. Sehingga dari kegemarannya tersebutlah para scooterist mendirikan

suatu wadah untuk mengapresiasi gaya mereka atau yang biasa kita sebut sebagai

Tidak banyak orang yang menyangka bahwa komunitas vespa yang ada di Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di dunia. Sebelum penggemar vespa mendapatkan kemudahan untuk membeli vespa seri-seri terbaru komunitas penggemar skuter Italia ini lebih banyak fokus kepada vespa klasik keluaran lama. Dapat dikatakan suplai vespa ke tanah air terhenti di era 90an dengan sedikit sekali produk baru yang masuk di pasar kendaraan bermotor Indonesia. Kembalinya produk vespa di pasar tanah air tentu saja memberi kelegaan bagi para penggemar kendaraan roda dua dengan desain unik ini dan komunitas penggemar secara tidak langsung menjadi semakin berkembang. Marco Noto La Diega yang merupakan Managing Director PT Piaggio Indonesia menuturkan bahwa cukup mengejutkan mengetahui penggemar vespa di Indonesia sangat besar. Hanya komunitas penggemar kendaraan unik di Italia yang merupakan negara asal vespa yang mengalahkan jumlah penggemar vespa di Indonesia. Saat ini komunitas vespa Indonesia ternyata menempati peringkat kedua hanya di bawah Italia. Ada sekitar 42 ribu pengguna vespa yang masih setia mengendarai kendaraan ini saya mungkin salah satu pengguna vespa atau ingin segera menjadi bagian dari angka pengguna vespa tersebut. Secara khusus Marco juga menyatakan bahwa komunitas vespa merupakan denyut nadi perkembangan dan keberlangsungan dari perusahaan yang membuat kendaraan tersebut. Ketika Anda membeli sebuah vespa dan menggunakannya maka Anda secara tidak langsung telah tergabung dalam persaudaraan dan komunitas penggemar vespa. Rasa persaudaraan antar pengguna

vespa ini dapat dirasakan begitu kental di seluruh dunia; bahkan anggota komunitas yang berbeda namun sama-sama pengguna vespa akan saling membantu ketika ada pengguna vespa yang mengalami masalah di jalan. Salam antar pengguna vespa yang berpapasan di jalan raya juga menjadi hal unik lain yang membuat persaudaraan pengguna vespa menjadi hal yang luar biasa jika dibandingkan dengan komunitas kendaraan bermotor lain.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang disebutkan diatas, peneliti menggunakan analisis interaksi simbolik George Hertbead Mead untuk meneliti bagaimana makna interaksi simbolik dan budaya ramah pada komunitas Scooter Syndrome di Bandung dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana interaksi komunikasi antar anggota komunitas Scooter Syndrome ?
2. Bagaimana makna budaya ramah pada anggota komunitas Scooter Syndrome pengguna kendaraan Vespa ?

## **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.4.1 Maksud Penelitian**

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian yang di paparkan sebelumnya, yaitu: Untuk mengetahui “ Komunikasi Interaksi Simbolik Budaya Ramah Pada Komunitas Scooter Syndrome di Bandung”

### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian yang di paparkan sebelumnya, yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana interaksi komunikasi antar anggota komunitas Scooter Syndrome.
2. Untuk mengetahui bagaimana makna budaya ramah pada anggota komunitas Scooter Syndrome pengguna kendaraan Vespa.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Filosofis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat filosofis yaitu:

1. Mengembangkan komunikasi budaya ramah pengguna kendaraan vespa.
2. Memberikan pemahaman komunikasi tentang budaya ramah komunitas vespa.
3. Menjadi landasan serta menghormati sesama pengguna kendaraan vespa.

### **1.5.2 Manfaat Akademis**

penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan atau manfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Penulis dan Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan komunikasi khususnya tentang Komunikasi Budaya Ramah Pengguna Kendaraan Vespa. Selain itu, Hasil penelitian ini juga sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya sebagai dasar perluasan penelitian.

2. Bagi Komunitas Vespa

Menambahkan wawasan budaya ramah pengguna kendaraan vespa di kota Bandung.

### **1.5.3 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu informasi tentang pentingnya budaya komunikasi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu informasi kepada komunitas Scooter Syndrome di Bandung
3. Mempromosikan komunitas dan brand vespa di kota Bandung.