

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Zaman yang sangat moderen ini banyak sekali orang-orang mengacuhkan arti kebersamaan, kekompakan, dan rasa tolong menolong. Banyak orang merasa dirinya tidak membutuhkan orang lain atau lebih baik hidup secara individu. Kecanggihan alat komunikasi menjadikan intensitas dan keakraban orang bertatap muka menjadi berkurang, sehingga tidak terjadi interaksi yang baik. Saat seseorang Informan ditanya tentang komunikasi kelompok primernya yang dilakukan apa saja, dia hanya menyebutkan kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh anggota keluarganya. Bukan menceritakan komunikasi yang dilakukan didalam kelompok tersebut. Begitupun saat komunikasi kelompok dengan kelompok sekunder, banyak orang yang canggung saat diminta untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan yang lainnya. Serta bingung dengan apa yang dilakukan saat harus membentuk kelompok serta menyelesaikan permasalahan dalam kelompok tersebut.

Komunikasi di dalam kelompok berperan penting karena sebagai alat penghubung antar setiap orang. komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama sebagai fungsi sosial yaitu tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain. kedua sebagai fungsi pengambilan keputusan, yaitu memutuskan untuk melakukan atau tidak pada suatu saat tertentu. Kelompok sosial adalah sebuah naluri manusia sejak ia dilahirkan. Naluri ini yang selalu mendorongnya untuk

selalu menyatukan hidupnya dengan orang lain dalam kelompoknya. Naluri berkelompok itu juga yang mendorong manusia menyatu dengan alam fisiknya. Untuk memenuhi naluri manusia ini, maka setiap manusia setiap melakukan proses keterlibatannya dengan orang lain dan lingkungannya, proses ini disebut adaptasi. Adaptasi dengan lingkungan tadi; manusia lain dan alam sekitarnya itu, melahirkan struktur sosial baru yang disebut kelompok sosial. Kelompok sosial adalah kehidupan bersama manusia dalam himpunan atau kesatuan-kesatuan manusia yang umumnya secara fisik relatif kecil yang hidup secara *guyub*.

Perkembangan zaman saat ini semakin maju maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit-unit usaha yang semakin bertambah baik usaha dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sektor industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia. Disisi lain persaingan perindustrian saat ini semakin ketat. Hal inilah yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan perindustrian.

Industri bisnis pada gilirannya tidak hanya tersentralisasi di daerah ibu kota saja. namun telah merambah di ssemua kawasan yang diantaranya di daerah Kabupaten Bandung tepatnya di Desa Rahayu Desa rahayu merupakan desa yang memiliki potensi yang cukup besar, terutama jika kapasitas SDM (Sumber Daya Manusia) dikembangkan secara terarah dengan mendorong dan menanamkan jiwa entrepreneur kepada masyarakat yang dimulai sejak dini.

Pertumbuhan ekonomi di Desa Rahayu yang sangat pesat ini ditandai dengan bermunculnya bisnis-bisnis baru disetiap tahunnya. Ada beberapa perusahaan yang bergerak dalam bidang jaket, pakaian, kerudung di Desa Rahayu. ini, yang cukup besar dan terkenal, ini merupakan hal yang wajar dikarenakan sudah begitu lama berdiri yakni dimulai sejak tahun 1960 Sehingga memiliki banyak konsumen. Selain itu ada juga perusahaan lainnya yang bergerak dalam bidang kain adalah Desa Cigondewah, yang sudah sangat terkenal sampai ke seluruh kota Bandung. Desa Rahayu, Kecamatan Margaasih, Kabupaten Bandung, menjadi salah satu desa yang dikenal sebagai desa sentra topi terbesar.

Pengusaha topi di desa ini siap menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Sehingga para pengusahanya semakin giat dan selalu mengikuti arahan pemkab Bandung melalui Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) dalam menjalankan usahanya. Maka wajar jika topi dari desa ini banyak diburu oleh sejumlah pengusaha daerah lain. Kepala Desa Rahayu H. Dadang Suryana mengatakan, industri konveksi topi yang berpusat di sentra pengrajin topi di Desa Rahayu dikenal sejak belasan tahun lalu. Konveksi topi ini pun telah memasarkan banyak jenis topi ke seluruh pulau di Indonesia. Bahkan sampai ke luar negeri. Karena memang sejak dulu pegusaha di desa ini telah siap menghadapi MEA. Langkah dan strategi pun kerap disusun dalam pencapaian penjualan yang sesuai dengan harapan dan impian pendirinya sebagai anak muda yang ingin menjadi pengusaha sukses di Desa Rahayu.

Desa Rahayu adalah realitas yang unik. Di dalam nya terdapat banyak industri konveksi yang begitu banyak sehingga Desa Rahayu menjadi sangat

berarti. Dan keberartian itu, bisa dilihat dari realitas kehidupan warga masyarakat Desa Rahayu yang tanpa gejolak, tanpa konflik-konflik krusial, dan pertikaian antar ras dan budaya. Inilah satu fakta yang harus disangga dan dijaga oleh seluruh warga masyarakat Desa Rahayu. Desa Rahayu tercatat memiliki luas wilayah 284,859 ha, yang terdiri dari 210,136 ha/m2 pemukiman, 40 ha/m2 persawahan, 0,051 ha/m2 perkebunan, 0,25 ha/m2 pemakaman, 30,801 ha/m2 pekarangan, 2 ha/m2 taman, 1,122 ha/m2 perkantoran dan 0,499 ha/m2 prasarana umum lainnya. Dengan orbitrasi ke ibu kota kecamatan 4 Km, ibu kota kabupaten 12 Km, ibu kota provinsi 20 Km dan ibu kota negara 60 Km.

Fenomena Rahayu sebagai wilayah yang berlatar belakang budaya dan industri mengundang mata publik untuk menengok dan menggali potensi-potensi yang tumbuh subur untuk dikembangkan. Kondisi seperti ini, ditunjang dengan arus roda ekonomi yang berkembang pesat memiliki imbas terhadap perubahan kesejahteraan masyarakat. Mengacu pada pola pembangunan yang berpijak pada penyertaan aspirasi publik, mengharuskan pemberdayaan sumber daya manusia menjadi prioritas utama agar mampu mengakses semua kegiatan pembangunan. Hal ini dapat dilihat dari kesadaran masyarakat untuk meningkatkan mutu pendidikan yang berkualitas, hampir 34,72 % penduduk Desa Rahayu menyelesaikan pendidikan sampai jenjang SLTA, dan sekitar 20,35 % telah menyelesaikan pendidikan di Perguruan Tinggi. Ini berarti kualitas Sumber Daya Manusia Desa Rahayu sebagai agen perubahan (*agent of change*) dan pelaksana pembangunan memiliki kualitas yang cukup tinggi. Salah satu indikator kinerja pembangunan suatu daerah diukur melalui indikator-indikator makro ekonomi

yang secara umum telah diakui dan diberlakukan. Pencapaian perekonomian suatu desa merupakan gambaran dari prestasi pemerintah desa dalam memanfaatkan potensi yang ada di desa tersebut, serta prestasi dalam mengatasi kendala-kendala yang ada di desa.

Desa Rahayu bagi sebagian orang adalah tempat sandaran hidup. Sentra industri ini menawarkan banyak hal tentang berbagai ragam kehidupan. Potensi unggulan sektor industri kecil dan menengah di Desa Rahayu terdapat beberapa kelompok pengusaha yang membuka bisnis diberbagai bidang usaha, tercatat sebanyak 116 unit usaha yang terdiri dari 6 unit koperasi, 8 unit lembaga keuangan, 79 unit industri kecil dan menengah, 12 unit jasa hiburan dan 11 unit jasa hukum dan konsultasi. Para kelompok bidang kerajinan terdapat komoditas utama yang menjadi komoditas unggulan yaitu kerajinan topi, jaket/sweater, konfeksi rajut dan opak aci yang pemasarannya telah tersebar ke berbagai daerah yang ada di Indonesia, seperti Jawa, Bali, Sumatera.

Tahun ke tahun makin banyak bermunculan para kelompok pengusaha – pengusaha muda yang mana memiliki tingkat kreatifitas yang tinggi. Dan kreatifitas yang mereka miliki ada kaitannya dengan dunia fashion baik pakaian, topi, sepatu dll. Banyak sekali jenis fashion mulai dari ujung kaki hingga kepala memiliki aksesoris masing-masing. Di desa Rahayu sendiri memiliki banyak potensi sentra industri tekstil. Di sana banyak sekali toko toko atau pabrik yang menyediakan beragam tekstil dan peralatannya. Di tambah Desa Rahayu memiliki banyak sumber daya manusia yang ahli menjahit. Termasuk di dalamnya menjahit topi. Para pengrajin topi atau biasa disebut konveksi topi banyak berkumpul di

desa Rahayu Margaasih Bandung. Desa ini banyak sekali memiliki sentra industri tekstil selain topi. Yaitu ada konveksi kaos, Konveksi Jaket, Bordir, rajutan hingga celupan jeans. Khusus topi, Rahayu memang sangat dikenal memiliki para pengrajin topi. beberapa dari mereka ada yang membuka konveksi topi di Rahayu Bandung ada juga yang memilih membuka konveksi topi diluar Rahayu Bandung. Selain banyak konveksi topi di rahayu Bandung juga ada beberapa toko yang menyediakan aksesoris dan kain untuk pembuatan topi. Harga kain dan aksesoris topinya cukup bersaing karena di daerah ini ada banyak penjual yang sama. seperti Toko H. Undang, Toko H enjoh, Toko H Imas, Toko H Rofiq dan toko toko penyedia kain dan aksesoris topi lainnya, dan penghasilan yang mereka dapatkan sebagai toko penyedia aksesoris dan kain untuk jenis topi cukup fantastis, bisa sampai 200 juta per bulan. Cuma yang perlu diperhatikan disini adalah masalah kerapihan, ketepatan waktu dan kejujuran orangnya. (TopiPromosiBdg).

Topi merupakan salah satu jenis penutup kepala. Penggunaan Topi tak hanya sebagai pelindung dari sinar matahari, namun juga untuk menunjang suatu penampilan seseorang. Bahkan dengan menggunakan topi ini banyak orang lebih terlihat keren dan juga percaya diri. Jadi saat ini tidak hanya pakaian saja yang mampu menunjang penampilan seseorang. Bahkan perlu anda ketahui bahwa topi ini tidak hanya populer bagi kalangan anak muda saja. Topi merupakan salah satu produk fashion yang sedang menjadi trend hingga sekarang. Meskipun celana dan pakaian merupakan fashion yang paling pokok, namun topi selalu menjadi pendamping yang terus digunakan hingga kini. Penggunaan topi tersebut dapat

menjadikan penampilan pemakainya semakin tambah keren saja. Penggunaan Topi dimaksudkan untuk beberapa alasan. Umumnya digunakan sebagai aksesoris pakaian dan sebagai pelindung dari sinar matahari.. Dalam beberapa upacara seremonial dan keagamaan penggunaan topi dapat menjadi keharusan. Di dunia militer topi dapat menyatakan tingkat dan kepangkatan seorang pasukan.

Sentra topi di Desa Rahayu ini sudah ada sejak tahun 1960-an. Menurut Pak Tatang, sebagai salah satu perajin topi di Sentra Topi Rahayu, Desa Rahayu dulu hanya menjual topi-topi tradisional saja, seperti topi pandan, yaitu topi yang terbuat dari daun pandan. Dulu hanya beberapa rumah saja yang memproduksi topi dan belum ada toko untuk memajang topi tersebut. Pada tahun 1980-an, masyarakat Sentra Topi Rahayu mulai berinovasi. Di tahun 1980-an mulai ada sebuah topi yang disebut Topi Makro. Kata Makro merupakan sebuah singkatan dari '*samak dijero*' yang memiliki arti tikar di dalam.

Topi Makro adalah sebuah topi yang didalamnya terbuat dari tikar, dan luarnya memakai bahan kain sisa. Di tahun 1980-an ini Sentra Topi Rahayu hanya memproduksi topi pandan dan topi Makro, karena saat itu bahan baku untuk pembuatan topi yang lebih modern masih susah didapat. Di tahun 1990-an, produk-produk topi di Desa Rahayu sudah mulai memakai kain yang bagus, dikarenakan sudah adanya tempat penjualan bahan baku untuk pembuatan topi. Di tahun 1990-an ini banyak bermunculan para perajin-perajin topi yang membuat topi sekolah hingga topi yang sering digunakan sehari-hari. Di tahun 1990-an ini topi hasil produksi dari Desa Rahayu sudah memiliki berbagai jenis topi, sesuai dengan perkembangan zaman. Mulai masuk tahun 2000-an hingga sekarang di

Desa Rahayu sudah banyak sekali para pebisnis topi serta penjual bahan baku, hingga sudah terdapatnya toko-toko topi yang berjejer di sepanjang jalan utama Desa Rahayu. (Bumdes Rahayu). banyak nya para kelompok pebisnis baru yang bermunculan di zaman sekarang maka banyak pula pebisnis yang kalah dalam persaingan terpaksa harus gulung tikar. kurang nya komunikasi serta ketidaksiapan para pebisnis menghadapi hambatan/masalah membuat seorang pebisnis topi di Desa Rahayu terpaksa harus menjual aset nya untuk bisa menutupi utang piutangnya, ditambah setelah sekian lamanya industri topi di desa rahayu ada, sampai sekarang belum adanya produk atau brand asli dari rahayu yang bisa dikenal orang banyak, sdm yang rata-rata hanya lulusan sekolah dasar (SD) dari desa rahayu hanya sebatas memproduksi dengan menerima pesanan dari luar, bukan membranding produk nya sendiri sehingga menjadikan suatu masalah dari dulu yang belum bisa dilakukan oleh para pebisnis muda sekarang di desa rahayu.

Pebisnis topi sendiri dituntut untuk selalu bisa memasarkan produknya supaya bisa dikenal sampe luar kota. Salah satu pebisnis topi yang paling terkenal sampai ke luar kota adalah H.Asep Andian, pengusaha muda yang mempunyai label Esduabelas dalam karya topinya. Topi EsduaBelas hasil karya Asep tembus pasar Amerika Asep lahir di Bandung 16 September 1981, dengan modal ketekunan, semangat tinggi serta sifat kerendahan hatinya, produksi topi dengan brand *Esduabelas (S12)* miliknya bisa menembus hampir ke semua wilayah di Indonesia hingga luar negeri. Memang satu di antara ratusan perajin topi di sentra topi Desa Rahayu, yang sudah cukup dikenal banyak orang dari berbagai wilayah. Namun, berbeda dari perajin topi lainnya, Asep mampu melakukan terobosan-

terobosan dan inovasi yang berbeda terhadap topi-topi yang diproduksinya.

Penggemar topi buatan Asep untuk pasarnya berbagai kalangan, dari mulai topi anak sampai orang dewasa. “Kita pun harus berani punya desain sendiri dan menciptakan inovasi yang beda. Contoh, misalnya sekarang sedang ramai desain topi apa, kita ikuti tapi ada tetap harus ada sentuhan berbedanya kata asep”. Selama ini, penjualan topi-topi Esduabelas yang diproduksi Asep ini, sudah tersebar ke sejumlah wilayah di Indonesia. Bahkan, hingga menembus ke luar negeri seperti Malaysia, Singapura, Australia dan California, Amerika Serikat. Memang banyak yang cari topi kesini. Ada yang tahu dari website, ada juga dari mulut ke mulut. Selain itu dari pertemanan juga. Pintar-pintar kita menjalin neksi dengan orang lain.

Nama Esduabelas sendiri, kata Asep, diambil dari singkatan nama anaknya, yakni Sahla. Sedangkan angka 12 adalah tanggal lahir Nabi Muhammad Saw pada 12 Robiul Awal tahun gajah. "Kenapa pakai 12, supaya berkah saja usahanya. Alhamdulillah sampai sekarang selalu diberikan rejeki oleh Allah," ucapnya bangga. Saat ini, Asep mempunyai 15 orang staff, 35 kepala produksi dan 250 karyawan. Omset dari usahanya itu bisa mencapai Rp2,5 miliar/bulan, dan usahanya ini murni dijalani secara mandiri tanpa ada bantuan dari pemerintah, dari mulai pemasaran dan yang lainnya.

Dalam mempekerjakan karyawannya, Asep memperlakukan mereka seperti rekan kerja, bukan sebagai bawahan. Kebanyakan, karyawannya itu adalah warga sekitar yang dirangkul agar bisa bekerja dan mempunyai penghasilan sendiri. “Saya tidak mempermasalahkan karyawan saya lulusan mana, yang

penting dia jujur, semangat dan mau kerja keras. Kebanyakan ada yang lulusan SD, SMP dan SMA. yang paling tinggi itu ada satu orang lulusan D3, yang lulusan sekolah kebanyakan ada yang tidak bisa dengan program komputer, diajari sama yang lulusan D3 jadi sedikit-sedikit dia bisa. Kalau kiat-kiat untuk pengusaha muda, tentunya harus punya keinginan yang besar, semangat dan harus bisa menciptakan karya dan jangan pernah takut gagal. Sekarang juga saya masih punya cita-cita, ingin punya toko khusus topi sendiri, soalnya belum ada yang gitu''. (Bumdes Rahayu)

Dari penjelasan singkat diatas tergambar bahwa Desa Rahayu adalah desa dengan banyaknya kelompok pebisnis yang menarik untuk diteliti. Peningkatan penjualan yang terjadi di desa rahayu membuat peneliti ingin mengetahui komunikasi kelompok para pebisnis topi tersebut.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka peneliti memfokuskan penelitian pada komunikasi kelompok pebisnis topi di Desa Rahayu Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perencanaan komunikasi kelompok pebisnis topik ?
2. Bagaimana kemunculan kerja sama komunikasi kelompok pebisnis topik?
3. Bagaimana penguatan komunikasi kelompok pebisnis topik ?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu : Untuk Mengetahui komunikasi kelompok pebisnis topik (Studi Deskriptif kualitatif di Desa Rahayu Kabupaten Bandung).

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab pertanyaan pertanyaan yang dipaparkan sebelumnya, yaitu :

1. Untuk mengetahui perencanaan komunikasi kelompok pebisnis topik.
2. Untuk mengetahui kemunculan kerja sama komunikasi kelompok pebisnis topik.
3. Untuk mengetahui penguatan komunikasi kelompok pebisnis topik.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Filosofis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan sebuah ilmu. Sesuai dengan tema yang diangkat dan juga dapat memberikan perubahan yang lebih dalam antara lain :

1. Memperindah/ memperbaiki fashion.
2. Mengembangkan bisnis topi.
3. Mengembangkan kemampuan sumber daya manusia.

1.5.2 Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi dalam komunikasi kelompok pebisnis topi khususnya.
2. Untuk menambah kajian dan pemahaman dalam ilmu komunikasi kelompok terutama penggunaan studi deskriptif kualitatif

1.5.3 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini berusaha meningkatkan pengetahuan mengenai dunia pebisnis, yaitu :

1. Untuk memperbaiki kualitas sumber daya manusia.
2. Untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai komunikasi kelompok dalam berbisnis topi.
3. Untuk menjadikan bahan rujukan peneliti berikutnya dalam bidang komunikasi kelompok