

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Ada banyak kendaraan roda dua yang menghiasi jalanan di berbagai kota di Indonesia mulai dari motor bebek, motor matik, motor besar, dan motor tua. Namun dari sekian banyak kendaraan roda dua yang menghiasi jalanan diberbagai kota di Indonesia ada pula jenis motor yang mempunyai bentuk yang unik dan sensual yang bernama vespa.

Vespa adalah sebuah kendaraan roda dua yang di produksi oleh pabrik Piaggio yang berada di Genoa Italia, vespa menjadi simbol kebangkitan kekuatan industri Italia setelah Perang Dunia II. Dengan model dan bentuk yang unik, sederhana dan harga yang murah sehingga vespa digunakan oleh para pekerja penduduk kota sebagai alat transportasi (http://vespa-indonesia.com/spartan/?page_id=188 diakses tanggal 9 September 2009 pukul 21.38 WIB).

Perkembangan komunitas vespa di Indonesia saat ini sangat marak hal tersebut disertai dengan banyaknya klub atau komunitas vespa yang tersebar diseluruh Indonesia, seiring dengan itu banyak pula model, gaya atau cara mereka mengkonsepikan diri. Saat ini salah satu cara

penggemar vespa untuk mengekspresikan diri dilakukan dengan cara memodifikasi vespanya dengan gaya gembel hal itu dilakukan dengan maksud perlawanan penggemar vespa terhadap budaya dominan yaitu kemapanan dalam kehidupan sosial (Kompas, 7 September 2008).

Di Yogyakarta komunitas vespa gembel (ekstrem) saat ini sudah tidak banyak seperti ketika pada tahun 2004, setelah acara vespa Nasional yang di gelar oleh klub yang bernama MSC (Mataram Scooter Club) banyak komunitas lain yang bercampur aliran dengan aliran retro, saat ini hanya ada selitar 3 komunitas yang mereka tetap eksis dengan aliran gembel (ekstrem) salah satunya adalah GOS (Gembel Owners Scooter) yang masih eksis dengan aliran gembel (ekstrem) walaupun ada diantara para anggota GOS yang memiliki vespa dengan aliran retro namun biasanya mereka tetap memiliki vespa dengan aliran gembel (ekstrem) sebagai ciri khas dari komunitas tersebut.

Walaupun dalam mengekspresikan diri mereka melakukan perilaku-perilaku yang dianggap aneh tetapi dalam penelitian ini peneliti akan membahas bentuk dan perilaku komunikasi didalam komunitas penggemar vespa gembel, karena dalam rutinitas sehari-harinya mereka sering berinteraksi dengan sesama anggota komunitas vespa gembel.

Setiap manusia hidup dalam suatu lingkungan sosial budaya tertentu. Setiap lingkungan budaya sosial itu senantiasa memberlakukan adanya nilai-nilai sosial

... Dengan demikian bentuk

komunitas gembel yang satu dengan yang lainnya merupakan perilaku komunikasi mereka yang berbeda dengan masyarakat umum.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena peneliti sendiri adalah seorang yang menyukai vespa sejak tahun 1996. Tetapi mulai pada saat tahun 2002 peneliti mulai menjadikan vespa sebagai kendaraan sehari-hari hingga saat ini. Sehingga peneliti dapat merasakan bentuk komunikasi dan perilaku komunikasi ketika berinteraksi dengan sesama penggemar vespa tersebut. Hal tersebut sangat menarik untuk diteliti karena bentuk komunikasi dan perilaku komunikasi yang berbeda akan memberi pola-pola alternatif untuk berfikir dan memahami.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang masalah yang sudah dijabarkan, maka dalam perumusan masalah ini peneliti menginginkan merumuskan masalah tentang: Bagaimana bentuk dan perilaku komunikasi didalam komunitas vespa gembel.

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Memperoleh gambaran bagaimana bentuk komunikasi didalam komunitas vespa gembel..

2. Memperoleh gambaran bagaimana perilaku komunikasi di dalam komunitas vespa gembel.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Teoritis

Memberi sumbangan pemikiran teoritis dalam kajian komunikasi multikultur menambah wawasan dan pengetahuan tentang bentuk dan perilaku komunikasi di dalam komunitas vespa gembel.

2. Praktis

Memberi sumbangan pemikiran dan dapat menjadi bahan referensi bagi para pengamat otomotif, wartawan, dan masyarakat untuk dapat mengetahui bentuk dan perilaku komunikasi di dalam komunitas vespa gembel.

E. KERANGKA TEORI

Dalam sebuah penelitian, sebenarnya kita membutuhkan landasan teori sebagai sebuah sumber dari referensi yang berfungsi sebagai landasan berfikir untuk menyelesaikan permasalahan yang akan kita hadapi, sehingga landasan teori tersebut akan membantu kita untuk mendapatkan pokok-pokok pikiran dalam

kita untuk mencari pemecahan masalah yang akan kita hadapi, adapun kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah, pertama bahasa dan budaya, kedua komunikasi nonverbal dan ketiga tradisi sosiokultural dalam komunikasi.

1. Bahasa dan budaya

Bahasa adalah alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi, dalam setiap bahasa itu terdapat komponen-komponen yang dapat menyebabkan arti sebuah lambang, menjadi berbeda seperti dialek, aksen, logat, argot, dan ragam lainnya). Perbedaan makna lambang bahasa dari orang-orang yang berbeda latar belakang sosial budaya ini yang kemungkinan menjadi distorsi komunikasi (Suranto, 2010:56-57).

Bahasa merupakan inventaris kata kata, termasuk makna, asal-usul dan sejarahnya. Bahasa merupakan cara khusus kata-kata diseleksi dan digabung yang menjadi ciri khas seseorang, satu kelompok atau masyarakat tertentu (Liliweri, 2007:131).

Budaya dan komunikasi tak dapat dipisahkan oleh karena budaya tidak hanya menentukan siapa bicara dengan siapa, tetapi juga makna yang ia miliki untuk pesan dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan, dan menafsirkan pesan. Sebenarnya seluruh pembendaharaan perilaku kita sangat

1. ... dan budaya tempat kita dibesarkan. Di dalam budaya beraneka ragam

maka beraneka ragam pula praktik-praktik komunikasi (Suranto, 2010:56). Praktik-praktik tersebut dalam hal ini adalah kode bicara dalam komunikasi, menurut Philisen bahwa pola pembicaraan mereka berbeda secara radikal, dari kode dia tahu dan mendengar praktek bicara dpraktekkan dalam asal-usul keluarganya, teman-temannya, dan banyak pula dari pengaruh media seperti acara TV dan radio (Griffin, 2000:421).

A. Kekhasan kode bicara

Setiap kali ada budaya yang berbeda, seseorang harus menemukan kode bicara yang khas, ini berarti dia terus mempertahankan bahwa setiap budaya memiliki kode bicara yang unik. Kode bicara memberikan jawaban tentang sistem hubungan apa antara diri dan orang lain dapat dicari dengan benar. Pola bicara disediakan untuk hubungan simetris dengan orang yang cocok pada usia, etnis, dan lokasi lingkungan (Griffin, 2000:422-423).

Pentingnya berbicara tergantung pada kode bicara yang digunakan oleh komunikator dan pendengar untuk membuat dan menginterpretasikan komunikasi mereka, jika kita ingin memahami makna dari praktek bicara yang menonjol pada suatu budaya, kita harus mendengarkan cara orang berbicara tentang hal itu dan

... ini adalah praktek mereka mereka memutuskan apa artinya

Menurut Philipsen pola bicara dapat ditemukan ketika kita melihat, dan mendengar perilaku komunikasi dalam lingkungan alam mereka. Philipsen juga menemukan bahwa pola bicara telah mengkonfirmasi tentang kewarganegaraan, etnis, status sosial dan tempat tinggal mereka, sebagai contoh sebagian besar percakapan dimulai (dan sering berakhir) dengan pertanyaan, "Kamu dari mana?" (Griffin, 2000:422).

B. Makna Berbicara

Pentingnya berbicara tergantung pada kode bicara yang digunakan oleh komunikator dan pendengar untuk membuat dan meninterpretasikan komunikasi mereka. Jika ingin memahami makna dari praktek bicara yang menonjol dalam suatu budaya, kita harus mendengarkan cara orang berbicara tentang hal itu dan menanggapi, ini adalah praktek mereka dan mereka memutuskan apa artinya (Griffin, 2000:425).

Proses komunikasi verbal adalah kegiatan interaksi penyampaian dan penerimaan pesan-pesan yang dilakukan melalui percakapan (kode bicara), sarana yang digunakan adalah melalui bahasa. Bahasa adalah bagian terpenting dalam cara pengemasan pesan-pesan, seringkali terjadi komunikasi verbal mengalami kendala, karena makna pesan verbal tersebut dapat berbeda dikalangan orang-orang yang berbeda latar belakang sosial budayanya

Setiap orang dapat menerapkan makna individual pada simbol tertentu, makna tersebut merupakan hal yang kompleks dan kadang-kadang bahkan bias mempunyai akibat-akibat yang membahayakan. Penggunaan kamus saja tidak cukup untuk mengatasi masalah, karena makna tidak sekedar terjemahan. Untuk melakukan penerjemahan langsung seringkali sulit, karena:

- a. Kata-kata yang terikat pada kebudayaan, sehingga tidak ada terjemahan langsung.
- b. Banyak kata-kata yang terikat pada kebudayaan, sehingga tidak ada terjemahan langsung.
- c. Orientasi kebudayaan tertentu dapat membuat terjemahan langsung menjadi tidak masuk akal (Suranto, 2010:138).

Seringkali makna pesan verbal dalam komunikasi sosial budaya bersifat ambigu dan kontekstual. Kata-kata bersifat ambigu karena kata-kata merepresentasikan persepsi dan interpretasi orang-orang yang berbeda, yang menganut latar belakang sosial berbeda pula. Makna dapat pula digolongkan ke dalam makna denotatif dan makna konotatif. Makna denotatif adalah makna yang sebenarnya, faktual, sebagaimana didefinisikan didalam kamus. Sedangkan makna konotatif lebih bersifat pribadi, yakni makna di luar referen (rujukan) objektifnya. Dengan kata lain makna konotatif lebih bersifat khusus, subjektif, emosional, dan relatif (Suranto, 2010:139-140) seperti kata gembira yang sering

diucapkan oleh para anggota komunitas vespa gembel secara denotatif adalah bahan pengisi senjata api. Namun secara konotatif kata amunisi memiliki makna khusus yang saling berbeda antara satu orang dengan yg lainnya, karena menurut para anggota komunitas vespa gembel amunisi tersebut diartikan sebagai minuman keras (minuman beralkohol), kata amunisi tersebut juga digunakan ketika mereka akan melakukan kegiatan meminum minuman keras.

C. Tempat Kode Bicara

Bagaimana kita bisa melihat kode bicara kebudayaan tertentu antara kita dengan orang lain? Jawabannya adalah untuk menganalisis pola bicara asli, Philipsen percaya bahwa kode bicara di depan umum terbuka untuk diawasi oleh siapa saja. Menurut Dell Hymes menyarankan agar kita mulai mencari pola berbicara kepada siapa, dan dalam tempat apa. Hymes juga menunjukkan bahwa cara yang baik untuk mendapatkan makna peristiwa bicara orang lain adalah mencari kata-kata yang digunakan untuk label mereka (Griffin, 2000:426).

Makna pesan komunikasi verbal tergantung pada lingkungan budaya yang dimiliki manusia. Kesalahpahaman interpretasi makna sering terjadi karena kita kurang memahami tindakan-tindakan orang lain yang berbeda dengan norma yang berlaku di lingkungan sosial budaya kita. Ada baiknya kita memahami persepsi dan perilaku orang lain yang berbeda dengan pengalaman sosial kita (Suranto

Ketika berbicara kepada orang lain, orang lain itulah yang memberi makna kata-kata yang kita bicarakan. Komunikasi akan berjalan lancar tatkala kata-kata yang kita ucapkan dapat memberi makna oleh orang lain sebagaimana makna yang kita harapkan seperti contoh kata “ketoprak” dan kata “atos”. Di Yogyakarta ketoprak adalah nama salah satu jenis kesenian daerah, tapi di Jakarta nama makanan seperti kupa tahu, sedangkan kata “atos”, di Sunda berarti sudah tetapi di Jawa berarti keras (Suranto, 2010:140-142).

Manusia secara kodrati mempunyai hasrat selalu ingin tahu, begitu pula ketika mendengar ada kosa kata yang baru, selalu ingin mengetahui artinya dan kemudian dapat menerapkannya dalam komunikasi, makna pesan verbal merupakan kesepakatan, jadi makna satu kata, dapat berubah-ubah tergantung kesepakatan yang terjadi dalam tempat tertentu.

2. Komunikasi Non Verbal.

Suasana komunikasi dalam kehidupan sehari-hari pada hakikatnya bersifat dinamis, proses komunikasi tidak selalu dikemas dalam pesan verbal, namun banyak pula gagasan atau pesan disampaikan dengan komunikasi non verbal.

Definisi harfiah komunikasi nonverbal adalah komunikasi tanpa kata. Menurut para ahli komunikasi, “kata” yang membentuk tulisan tetap dianggap verbal. Dengan demikian pesan non verbal adalah pesan yang tidak berupa kata-kata, namun kalimat-kalimat yang mempunyai tulisan. Pesan non verbal berupa isyarat

simbol, lambang yang dikirim oleh seseorang kepada orang lain, dapat berupa isyarat bersuara (vokal) maupun tanpa suara (non vokal) (Suranto, 2010:145).

Menurut Stewart dan D'Angelo (1980), berpendapat bahwa:

- a. Komunikasi non verbal/vokal yakni komunikasi dengan pesan non verbal, dan disampaikan dengan vokal atau suara. Contoh menggerutu, menggertak, bersiul, dan sebagainya.
- b. Komunikasi non verbal/non vokal yakni komunikasi dengan pesan non verbal, dan disampaikan tanpa suara atau vokal. Contoh, mengancungkan jempol, berjabat tangan secara erat untuk mengungkapkan persahabatan (Stewart dan D'Angelo dalam Suranto, 2010:146).

Seperti halnya pada penyampaian pesan verbal, pesan non verbal juga disampaikan karena didorong atau didominasi oleh hal-hal atau keinginan-keinginan tertentu. Misalnya, ketika orang melambaikan tangan, dan ketika orang tersenyum maka perilaku-perilaku nonverbal yang diekspresikan tersebut ditentukan dan didorong oleh keinginan-keinginan tertentu. Keinginan-keinginan tersebut biasanya untuk menggambarkan perasaan atau emosi seseorang kepada orang lain.

Bahasa non verbal sering pula disebut bahasa tubuh atau bahasa isyarat, jadi pesan non verbal adalah pesan-pesan komunikasi yang berbentuk gerak-gerik, simbol, ekspresi muka, ekspresi yang bersifat simbolik, suara dan lambang atau

simbol lain yang mengandung arti. Pada setiap kegiatan komunikasi, lambang-lambang non verbal merupakan satu kesatuan yang dapat menciptakan suatu makna (Suranto, 2010:147).

Dalam kehidupan sehari-hari untuk dapat memahami perilaku-perilaku non verbal dari orang yang kita ajak berkomunikasi memang tidak mudah, selain karena jenis dan jumlah isyarat non verbal sangat beraneka ragam dan banyak, juga dipengaruhi oleh nilai dan norma yang berbeda-beda pada orang yang berasal dari latar belakang sosial budaya berlainan.

Menurut Simon Capper (Suzugamine Women's College, Hiroshima, 1997). Ada lima fungsi komunikasi non verbal salah satunya adalah fungsi emblematis. Fungsi Emblematis (*Emblematic Function*) menerangkan bahwa pesan non verbal dapat disampaikan melalui isyarat-isyarat gerakan anggota tubuh, terutama tangan (Liliweri, 2005:141).

3. Tradisi Sociokultural dan Kajian Budaya dalam Komunikasi

Tradisi sosiokultural biasanya dieratkan ketika seorang individu berada dalam hubungan suatu kelompok atau komunitas. Pendekatan sosiokultural dalam teori komunikasi mengedepankan dalam cara bagaimana atau tata cara pemahaman orang, maksud/arti, norma-norma, aturan, dan peran yang dipecahkan

Tradisi ini didasarkan pada premis bahwa, sebagian besar dari kita berasumsi bahwa kata-kata mencerminkan apa yang sebenarnya ada. Namun, teori dalam tradisi ini menunjukkan bahwa pandangan kita tentang realitas sangat dibentuk oleh bahasa yang kita telah gunakan sejak mereka anak-anak karena bahasa sebenarnya struktur persepsi kita tentang realitas (Griffin, 2000:41).

Untuk dapat memahami tradisi sosiokultural dalam menjelaskan pola interaksi antar budaya, maka kita akan membahas komunikasi terlebih dahulu, komunikasi sangat erat hubungannya dengan pola interaksi antar budaya. Komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan dalam terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Hampir semua orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang lain dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi. Pesan-pesan itu mengemuka lewat perilaku manusia. Sebelum perilaku dapat disebut pesan, maka perilaku tersebut harus mempunyai dua syarat. Pertama, perilaku harus di observasi oleh seseorang, dan kedua, perilaku harus mengandung makna. Dengan kata lain perilaku yang mengandung makna bias diartikan sebagai suatu pesan (Mulyana dan Rakhmat, 1990:13). Pesan pun terbagi menjadi dua yaitu pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal terdiri dari kata-kata

yang terucap atau tertulis, sementara pesan non verbal pesan yang terdiri dari perilaku manusia.

Didalam tradisi sosiokultural mempunyai variasi yang sangat berpengaruh dalam kontribusinya seperti interaksi simbolik. Interaksi simbolik adalah sebuah gerakan yang berfokus pada cara atau bagaimana orang-orang membentuk makna dan struktur sosial dalam masyarakat. Menurut Barbara Bells dasar pemikiran terhadap gerakan ini adalah:

1. Orang membuat keputusan atau tindakan yang sesuai dengan pemahaman subjektif mereka dari situasi dimana mereka menemukan dirinya.
2. Kehidupan sosial terdiri dari proses interaksi lebih dari sekedar struktur dan arena itu selalu berubah.
3. Orang-orang memahami pengalaman mereka melalui makna, menemukan simbol dalam kelompok dan bahasa sebagai bagian dari penting dari kehidupan sosial.
4. Dunia tak hanya dari kehidupan sosial yang memiliki nama yang sama

5. Tindakan manusia didasari pada penafsiran mereka yang relevan terhadap objek dan tindakan dalam situasi yang diambil dalam mendefinisikan tindakannya dan mempertimbangkan tindakannya.
6. Diri seseorang adalah merupakan objek signifikan sebagaimana objek sosial ini mendefinisikan melalui interaksi dengan orang lain (Littlejohn, 2005:154).

Dengan jelas, kemudian tradisi ini tertuju akan adanya proses komunikasi yang terjadi pada kenyataannya. Walaupun tradisi ini menunjukkan untuk menguraikan aspek hubungan, kelompok, dan kultur yang diciptakan di dalam interaksi sosial, proses yang terjadi menghasilkan suatu tradisi sosiokultural.

Sedangkan budaya berkenaan dengan cara manusia hidup. Manusia belajar berfikir, merasa, mempercayai dan mengusahakan apa yang patut menurut budayanya, ada orang-orang yang menghindari minuman keras, berperilaku mengumpulkan barang-barang bekas yang tidak perlu di daerah terdekatnya, mengikuti trend fashion, dan melakukan perjalanan jauh dengan menggunakan kendaraan yang mereka sukai. Apa yang orang-orang lakukan, bagaimana mereka bertindak bagaimana mereka hidup dan berkomunikasi merupakan respon-respon

Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok. Budaya menampakkan diri dalam pola-pola bahasa dan dalam bentuk-bentuk kegiatan dan perilaku yang berfungsi sebagai model-model bagi tindakan-tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi yang memungkinkan orang-orang tinggal dalam suatu masyarakat (Mulyana dan Rakhmat, 1990:19).

Budaya mengambil peran yang sangat kuat pada di kehidupan manusia pada umumnya dan cara hidup manusia secara spesifik. Mengingat bahwa kebudayaan-kebudayan berbeda satu dengan yang lain ini membuat generalisasi menjadi sulit. Di dalam etnografi komunikasi ada Sembilan kategori yang dapat digunakan untuk membandingkan perbedaan-perbedaan budaya:

1. Cara berbicara atau pola dari komunikasi yang dikenal oleh para anggotanya.
2. Ideal dalam berbicara yang lancar atau menyusun sebuah contoh yang

3. Berbicara dalam komunitas atau kelompok itu sendiri dan batasan-batasannya.
4. Berbicara dalam situasi atau menggunakan waktu saat berkomunikasi adalah berfikir benar dalam komunitas atau kelompok.
5. Berbicara dalam suatu kejadian atau menimbang atau memikirkan bagian apa yang menjadi komunikasi untuk para anggota dari kelompok tersebut.
6. Berbicara suatu kejadian atau pengaturan secara spesifik dari kelakuan yang diambil seperti contoh dalam berkomunikasi dengan sebuah *speech event*.
7. Bagian-bagian dari berbicara kenyataan atau apa yang kelompok pertimbangan untuk menjadi elemen dari sebuah tindakan komunikatif.
8. Aturan berbicara dalam komunitas, sebagai petunjuk atau standar petunjuk dengan kelakuan komunikasi yang sudah diputuskan.
9. Manfaat dari berbicara dalam komunitas atau sesuatu hal apa yang dikomunikasikan adalah penyelesaian yang dipercaya fungsi-fungsi berbicara didalam suatu komunitas (Littlejohn, 2005:312-313)

Tradisi sosiokultural dalam komunikasi juga dipengaruhi oleh etnografi maka hubungan antara budaya dan komunikasi penting dipahami untuk memahami komunikasi antarbudaya, oleh karena itu melalui pengaruh budayalah orang-orang belajar komunikasi maka perilaku mereka dapat mengandung makna, sebab perilaku tersebut dipelajari, diketahui dan perilaku itu terikat oleh budaya. Kemiripan budaya dalam persepsi memungkinkan pemberian makna yang mirip pula terhadap suatu objek sosial atau suatu peristiwa. Cara-cara kita berkomunikasi, keadaan-keadaan komunikasi kita, bahasa dan gaya bahasa yang kita gunakan, dan perilaku nonverbal kita, semua itu merupakan respon terhadap dan fungsi budaya kita. Komunikasi itu terikat oleh budaya, sebagaimana budaya berbeda antara yang satu dengan yang lainnya, maka praktek dan perilaku komunikasi individu-individu yang diasuh dalam budaya-budaya tersebut pun akan berbeda pula. Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh. Budaya bersifat kompleks, abstrak, dan luas. Banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. unsur-unsur sosio budaya ini tersebar dan meliputi banyak kegiatan sosial manusia (Mulyana dan Rakhmat, 1990:26).

Komunikasi dan kebudayaan merupakan dua konsep yang tidak dapat di pisahkan, pusat perhatian komunikasi dan kebudayaan terletak pada variasi-variasi langkah dan cara manusia berkomunikasi melintasi komunikasi manusia atau kelompok sosial. Perlintasan komunikasi itu mengemukakan beda-beda pesan, baik

secara verbal maupun non verbal, yang secara alamiah selalu digunakan dalam semua konteks interaksi. Pusat perhatian studi komunikasi dan kebudayaan juga meliputi bagaimana menjajaki makna, pola-pola tindakan, dan bagaimana makna serat pola-pola itu dartikulasi dalam sebuah kelompok sosial, kelompok budaya, kelompok politik, proses pendidikan, bahkan lingkungan teknologi yang melibatkan interaksi antar manusia.

Walaupun tradisi ini menunjukkan untuk mengurai aspek hubungan, kelompok, dan kultur yang diciptakan di dalam interaksi sosial, proses yang terjadi menghasilkan suatu tradisi sosiokultural. Kebudayaan dapat dilihat sebagai bagian yang signifikan dari proses interaksi sosial. Pada gilirannya, kebudayaan membentuk suatu konteks untuk penafsiran dan tindakan di dalam situasi komunikasi. Hal ini disebabkan karena ketika kita berkomunikasi dengan seseorang dari kebudayaan yang berbeda, maka kita memiliki pula perbedaan dalam sejumlah hal, misalnya derajat pengetahuan, derajat kesulitan dalam peramalan, derajat ambiguitas, kebingungan, suasana misterius yang tidak dapat di jelaskan, tidak bermanfaat, bahkan nampak tidak bersahabat. Di sini, kebudayaan yang menjadi latar belakang kehidupan, akan mempengaruhi perilaku manusia (Liliweri, 2007:12).

Jadi dalam tradisi sosiokultural memfokuskan dalam pola interaksi antara

1.4. Kebudayaan adalah suatu proses di mana masyarakat, peran, aturan, dan

nilai-nilai budaya terpecahkan. Dalam tradisi sosiokultural perlu dimengerti bagaimana masyarakat bersama-sama menciptakan realita kelompok sosial mereka, organisasi, dan kultur. Dan tentu saja, kategori yang digunakan oleh setiap individu dalam suatu komunitas untuk memproses informasi secara sosial tercipta melalui proses dalam komunikasi tersebut.

D. METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian *explorative* yaitu untuk mengetahui apakah permasalahan yang akan diriset dianggap masih relatif baru atau belum jelas, untuk mengetahui apakah variabel-variabel penting yang mungkin belum diketahui atau belum terdefinisi dengan baik, untuk mengetahui apakah riset yang akan dilakukan adalah layak, atau apakah periset mampu untuk melakukan riset yang demikian atau sebaliknya. Riset dengan desain ini tidak sampai pada penyimpulan hasil karena tujuan risetnya cenderung hanya menjawab mengenai *what*-nya (Umar, 2002:38). Dengan jenis penelitian *explorative* peneliti akan mengupas variable-variabel penting yang mungkin belum diketahui atau terdefinisi dengan baik dalam bagaimana bentuk komunikasi dan perilaku

2. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di komunitas GOS (Gembel Owner Scooter) di Yogyakarta karena didalam komunitas tersebut peneliti dapat memperoleh gambaran tentang bagaimana bentuk komunikasi dan perilaku komunikasi di dalam komunitas vespa gembel.

3. Objek penelitian

Penelitian ini memilih objek di komunitas GOS (Gembel Owner Scooter) di Yogyakarta karena peneliti ingin sekali mengetahui alasan anggota komunitas vespa tersebut dalam bagaimana bentuk komunikasi dan perilaku komunikasi di dalam komunitas vespa gembel.

4. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu wawancara dengan para informan seperti anggota komunitas vespa dan pengamat *bikers*, dokumentasi dan pengamatan langsung yang ditulis dalam dokumen, gambar foto dan sebagainya. Data yang berhasil dikumpulkan dari wawancara dan pengamatan langsung dari para informan, terutama berkait dengan nilai-nilai dan norma-norma sosial budaya yang mendasari dianalisis secara kualitatif. Data dideskripsikan untuk memberi gambaran yang jelas, mendalam dan utuh mengenai bagaimana bentuk

komunikasi dan perilaku komunikasi di dalam komunitas vespa gembel (ekstrem). Untuk membuat sebuah analisis dalam suatu catatan etnografi komunikasi, maka data-data yang diperoleh di lapangan saling dikaitkan (Laily, 2008:21). Jadi etnografi lazimnya bertujuan menguraikan suatu budaya secara menyeluruh, yakni semua aspek budaya, baik bersifat material seperti artefak budaya (alat-alat, pakaian, bangunan, dan sebagainya) dan yang bersifat abstrak, seperti pengalaman, kepercayaan, norma, dan sistem nilai kelompok yang diteliti (Mulyana, 2008:161). Dengan begitu saya mampu menggambarkan sebuah proses budaya pada komunikasi kelompok yaitu komunitas vespa. Analisis tersebut harus dilengkapi dengan narasumber yang memiliki pengetahuan cukup mengenai materi penelitian sehingga memudahkan peneliti untuk memahami masalah yang ada dan peneliti akan lebih mudah untuk mengolah data.

A. Etnografi Komunikasi

Dalam penelitian kualitatif, peneliti menggunakan metode etnografi komunikasi karena peneliti mencoba membuat pemahaman bentuk komunikasi yang digunakan oleh anggota komunitas budaya. Singkatnya, budaya itu penuh dengan pengaruh dari kehidupan manusia pada umumnya dan kehidupan manusia yang luar biasa atau tidak umum (Littlejohn, 2005:312). Peneliti menggunakan metode etnografi komunikasi karena dengan metode ini peneliti dapat terjun dan

masuk kedalam subjek penelitian yaitu komunitas vespa tanpa adanya jarak dalam proses penelitian.

Istilah etnografi yang berasal dari kata *ethno* (bangsa) dan *graphy* (menguraikan atau menggambarkan) merupakan ragam pemaparan penelitian budaya untuk memahami cara orang-orang berinteraksi dan bekerjasama melalui fenomena teramati dalam kehidupan sehari-hari (Endraswara, 2006:50-51). Etnografi adalah suatu kebudayaan yang mempelajari kebudayaan lain, untuk membangun suatu pengertian yang sistematis mengenai semua kebudayaan manusia dari perspektif orang yang telah mempelajari kebudayaan itu, etnografi didasarkan pada asumsi bahwa pengetahuan dari semua kebudayaan sangatlah tinggi nilainya, asumsi ini membutuhkan pengujian yang cermat (Spradley, 2006:13).

Kinerja etnografi biasanya terjadi antara kelompok-kelompok yang terpinggirkan. Pembeneran teoritis dibalik ini adalah bahwa kaum tertindas tidak pasif tetapi menciptakan dan mempertahankan budaya mereka dan martabat mereka (Griffin, 2000:429).

Definisi etnografi komunikasi itu sendiri adalah pengkajian peranan bahasa dalam perilaku komunikatif suatu masyarakat, yaitu cara-cara bagaimana

Menurut Kuswarno, singkatnya, etnografi komunikasi merupakan pemahaman global mengenai pandangan dan nilai-nilai suatu masyarakat sebagai cara untuk menjelaskan sikap dan perilaku anggota masyarakat (Kuswarno, 2008:11-13). Sedangkan tindakan manusia tidak terbatas pada tindakan yang kasat mata saja, melainkan meluas kepada motif dan tujuan mengapa manusia memilih untuk berperilaku tertentu.

Ada empat asumsi dari komunikasi etnografi menurut Gerry Philipsen mencakup hal-hal berikut:

1. Partisipasi dalam komunitas budaya lokal menciptakan art-arti tertentu dari penggunaan kode yang memiliki beberapa tingkatan dari pengertian secara umum. Philipsen juga membuat beberapa klaim mengenai kode berbicara :

- a. Ada kode yang sedemikian khusus. Mereka merubah dari suatu budaya ke budaya yang lain dan budaya tersebut berbeda antara yang satu dengan yang lainnya.

- b. Kode berbicara merupakan budaya khusus. Pengertian dari bagaimana itu diperlukan oleh seseorang, bagaimana menghubungkan dengan

1.1.1. Bagaimana membuat kami di dalam kelompok sosial

- c. Kode tersebut mengarahkan apa yang sebenarnya orang tersebut alami ketika mereka berinteraksi satu dengan yang lainnya. Dia menceritakan apa yang mereka lakukan harus di perhitungkan, mereka mengerti apa yang mereka lakukan dan mereka mempunyai maksud dari tindakan mereka sendiri.
- d. Kode berbicara tidak dapat terpisah dari suatu yang sungguh ada tetapi dapat menempelkan dalam berbicara sehari-hari. Kamu dapat lihat kode tersebut dalam komunikasi yang biasa digunakan, terminologi komunikasi dapat digunakan untuk menggambarkan apa yang mereka lakukan dan bagaimana mereka menerangkan, membenarkan, atau mengevaluasi.
- e. Kode bicara dapat sangat kuat. Mereka bentuk basis dalam budaya yang mana akan mengevaluasi kelakuannya dalam berkomunikasi, kita juga harus memahami budaya tersebut dan memahami nilai yang terkandung dalam budaya tersebut. Selain itu memasukkan moral dalam kemampuan berkomunikasi dengan siapa pun atau dengan kebudayaan mana pun (Philipsen dalam Littlejohn, 2005:313)

2. Bahwa orang-orang yang di setiap kelompok budaya menyelaraskan tindakan mereka, disana juga ada perintah dari sistem untuk apa yang mereka lakukan dalam komunikasi.
3. Maksud dan tindakan mereka adalah fakta dari suatu kelompok dan budaya mereka berbeda dengan yang lainnya.
4. Tidak selalu ada pola atau tindakan dan kode yang tidak sama antara satu budaya dengan yang lainnya. Tetapi setiap kelompok itu juga pasti mempunyai kebiasaan atau cara mereka sendiri dalam memahami kode dan tindakan tersebut (Philipsen dalam Littlejohn, 2005:313-314).

Metode etnografi sendiri bertujuan mendeskripsikan kebudayaan sebagaimana adanya dengan mempelajari peristiwa kultural yang menyajikan pandangan hidup kelompok orang dan atau masyarakat sebagai subjek penelitian (Laily, 2008:14-15).

Didalam etnografi komunikasi juga ada istilah interaksi simbolik, pendekatan interaksi simbolik yang dimaksud Blumer engacu pada tiga premis utama, yaitu:

1. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang

2. Makna itu diperoleh dari hasil interaksi sosial yang dilakukan oleh orang lain, dan

3. Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial sedang berlangsung (Kuswarno, 2008:22).

Tujuan utama aktifitas ini adalah untuk memahami suatu pandangan hidup dari sudut pandang penduduk asli, sebagaimana dikemukakan oleh Bronislaw Malinowski, bahwa tujuan etnografi adalah memahami sudut pandang penduduk asli, hubungannya dengan kehidupan, untuk mendapatkan pandangannya mengenai dunianya (Malinowski dalam Spradley 2006:3-4). Oleh karena itu, penelitian etnografi melibatkan aktivitas belajar mengenai dunia orang yang telah belajar melihat, mendengar, berbicara, berfikir, dan bertindak dengan cara yang berbeda. Jadi etnografi tidak hanya mempelajari masyarakat, tetapi lebih dari itu, etnografi belajar dari masyarakat.

Dalam melakukan kerja lapangan, etnografer membuat kesimpulan budaya dari tiga sumber: *Pertama*, dari yang dikatakan orang. *Kedua*, dari cara orang bertindak, *Ketiga*, dari berbagai artefak yang digunakan orang. Mulanya, masing-masing kesimpulan budaya hanya merupakan suatu hipotesis mengenai hal yang diketahui orang. Hipotesis itu harus diuji secara berulang-ulang sampai etnografer itu merasa relatif pasti bahwa orang-orang itu sama-sama memiliki system makna

budaya yang khusus. Dari sumber yang dipakai untuk membuat kesimpulan itu – tingkah laku, ucapan, artefak- tidak satu pun merupakan hal yang sangat mudah sehingga siapa saja dapat menggunakannya, tetapi sumber-sumber itu secara bersama-sama dapat membentuk suatu deskripsi budaya secara tepat. Kemudian, kita dapat mengevaluasi ketepatan deskripsi itu, yakni dengan kemampuan orang yang asing terhadap kebudayaan itu (mungkin ahli etnografi itu) untuk menggunakan beberapa statemen etnografi sebagai instruksi untuk mengantisipasi berbagai kondisi masyarakat itu secara tepat (Frake dalam Spradley, 2006:11).

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Pengamatan Langsung

Menurut Schaltzman dan Strauss dalam Moleong, pada dasarnya pekerjaan pengamatan hendaknya dilakukan dengan bersikap dan bertingkah laku yang baik, dan dengan tindakan yang memadai barulah data yang diharapkan dapat terjaring sepenuhnya (Shaltzman dan Strauss dalam Moleong, 1973:63-64).

Pengamatan dilakukan pada komunitas vespa yaitu komunitas vespa gembel. Dalam pengamatan ada dua macam kemungkinan: pertama, peranan pengamat pasif, diam, hanya mencatat, dan tidak memperlihatkan ekspresi muka apa-apa. Namun, perlu diperhatikan bahwa biasanya peranan pasif demikian tidak

11

pengamat bertindak aktif tidak hanya mengamati, tetapi dalam keadaan tertentu berbicara, berkelakar, dan sebagainya. Jika kehadirannya aktif, ia sendiri sebagai pengamat diamati juga oleh para subjek, dan hal itu diharapkan akan mempengaruhi pekerjaannya. Peranan aktif demikian sangat diharapkan, tetapi sebaliknya bias mempengaruhi subjek sehingga informasi yang diperolehnya terkotori oleh kehadiran dan keaktifannya (Moleong, 2007:183). Dalam pengamatan ini peneliti akan bertindak pasif ketika peneliti menanyai pandangan tentang bagaimana bentuk komunikasi dan perilaku komunikasi didalam komunitas vespa gembel, tetapi ketika peneliti menanyai tentang makna dan pembentukan bentuk komunikasi dan perilaku komunikasi di dalam komunitas vespa gembel maka peneliti akan bertindak aktif dalam mengamati objek penelitiannya tersebut.

b. Pengamatan dengan Cara Berperan Serta

Peneliti sendiri adalah seorang yang menyukai vespa sehingga peneliti dapat merasakan bentuk komunikasi dan perilaku komunikasi ketika berinteraksi dengan sesama penggemar vespa tersebut didalam komunitas vespa sebagai wadah. Pengamatan dalam hal ini menjadi anggota penuh dari kelompok yang diamatinya. Dengan demikian ia dapat memperoleh informasi apa saja yang

informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga sosial, misalnya majalah, buletin, pernyataan, dan berita yang disiarkan kepada media massa (Moleong, 2007:219).

d. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh kedua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Moleong, 2007:186).

Menurut Lincoln dan Guba menyatakan bahwa maksud melakukan wawancara antara lain untuk mengkontruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain. Wawancara dilakukan pada pengurus dan anggota klub vespa. Untuk memperoleh kelengkapan data juga dilakukan wawancara kepada para masyarakat dan pengamat *bikers* untuk dimintai pandangannya tentang vespa gembel. (Lincoln dan Guba dalam Moleong,2007:186).

Dalam penelitian ini peneliti akan mewawancarai para anggota dari komunitas vespa gembel (ekstrem), dan untuk memperoleh kelengkapan data wawancara juga dilakukan kepada para pihak-pihak yang mempunyai refrensi atau wawasan akan dunia komunitas vespa gembel seperti wartawan dari tabloid

otomotif, para simpatisan penggemar vespa, dan anggota klub motor lainnya untuk dimintai pandangannya tentang komunitas vespa gembel .

E. Sistematika Penulisan

Bab I : Menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Teori, dan Metode Penelitian.

Bab II : Menjelaskan tentang sejarah dan profil komunitas vespa di Yogyakarta, jenis aliran komunitas vespa.

Bab III : Menjelaskan tentang bagaimana bentuk komunikasi dan perilaku komunikasi penggemar vespa gembel atau ekstrem dalam komunitas vespa