

**PERSPEKTIF KOMUNIKASI RITUAL PADA CLUB MOTOR HONDA
VARIO(Studi Etnografi dalam Vario Club Surabaya)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan Minat Utama Komunikasi Massa**

Oleh :
Bangun Sasongko Putra
105120203111010



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**



LEMBAR DAFTAR PENGUJI SKRIPSI

Skripsi ini telah diuji oleh tim penguji pada tanggal 28 Juli 2017 dengan daftar penguji sebagai berikut :

NO	NAMA	JABATAN
1	Dr. Antoni, S.Sos., M.Si	Ketua Majelis Sidang
2	Dra. Ima Hidayati Utami, M.Pd, M.I.Kom	Sekretaris Majelis Sidang
3	Dewanto Putra Fajar, S.Sos., M.Si	Anggota Sidang Majelis Penguji 1
4	Yun Fitrahyati Laturakhmi S.I.Kom., M.I.Kom	Anggota Sidang Majelis Penguji 2

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Komunikasi dan Culture Studies	16
2.2 Tradisi Pragmatis dan Mahzab Chicago School.....	19
2.3 Komunikasi Sebagai Sebuah Ritual.....	21
2.4 Etnografi Sebagai Studi Kultural.....	26
2.5 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	31



3.3 Fokus Penelitian.....	32
3.4 Unit Analisis Data	33
3.5 Sumber Data.....	33
3.6 Informan dan Metode Pemilihan Informan.....	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data	35
3.8 Teknik Analisis Data	37
3.9 Keabsahan Data	41
BAB IV PENYAJIAN DATA	44
4.1 Gambaran Umum	44
4.1.1 Profil Vario Club Surabaya	44
4.1.2 Susunan Kepengurusan VCS.....	47
4.2 Kegiatan Vario Club Surabaya	49
4.2.1 Forum Kopi Darat(kopdar)	49
4.2.2 Family Gathering.....	52
4.3 Budaya Club Motor Honda Vario.....	53
4.3.1 Artefak dalam Vario Club Surabaya.....	54
4.3.2 Nilai dalam Vario Club Surabaya.....	58
4.3.2.1 Humanity Values.....	58
4.4 Deskripsi Informan.....	61
4.4.1 Informan 1.....	61



4.4.2 Informan 2.....	63
4.4.3 Informan 3.....	65
4.4.4 Informan 4.....	67
4.4.5 Informan 5.....	70
BAB V PEMBAHASAN DAN ANALISIS	72
5.1 Mahzab Chicago Sebagai Kerangka Penelitian	72
5.2 Fenomena Club Motor dalam Kacamata Culture Studies.....	73
5.3 Budaya Club Motor (Vario Club Surabaya).....	76
5.4 Humanity Values dalam Vario Club Surabaya	79
5.5 Kopdar Sebagai Bentuk Komunikasi Ritual.....	81
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN	86
6.1 Simpulan	86
6.2 Proposisi.....	87
6.3 Saran.....	87
6.3.1 Saran Akademis	87
6.3.2 Saran Praktis.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerang Pemikiran Peneliti 29

Gambar 4.1 Logo Vario Club Surabaya..... 46

Gambar 4.2 Suasana Kopdar Vario Club Surabaya 50

Gambar 4.3 Stiker Vario Club Surabaya 56

Gambar 4.4 Rompi dan Kemeja Vario Club Surabaya 57

Gambar 4.5 Kegiatan Baksos Di Panti Asuhan 59



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Data Diri

- Nama Lengkap : BANGUN SASONGKO PUTRA
- Tempat / Tanggal Lahir : Surabaya, 23 Januari 1991
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Kewarganegaraan : Indonesia
- Agama : Islam
- Tinggi : 177 cm
- Status Marital : Belum Menikah
- Alamat Rumah : Jl. Mt. Haryono GG.17 No.216 Malang
- E-mail : gembul35@gmail.com
- Phone : 087759843427

II. Pendidikan Formal

- Universitas Brawijaya , Malang 2010-sampai sekarang
- SMA GIKI II, Surabaya Lulus Tahun 2009
- SMP Muhammadiyah 5, Surabaya Lulus Tahun 2006
- SDN Ketabang 1 , Surabaya Lulus Tahun 2003

III. Pengalaman Kerja dan Akun Sosmed

- Griya Batik Mx Mall Lt.2
- Twitter : @bangunputra Ig : @bangunputra Path : Bangun S. Putra

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya

Horamat Saya

Bangun Sasongko P

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT penulis panjatkan karena atas Rahmat dan Hidayah – Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya dengan judul “PERSPEKTIF KOMUNIKASI RITUAL PADA CLUB MOTOR HONDA VARIO (Studi Etnografi dalam Vario Club Surabaya)”.

Penyusunan skripsi ini dapat berjalan lancar atas bantuan, dukungan, bimbingan, serta pemikiran dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini pula, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan barokah-Nya selama ini.
2. Alm. Ayah dan Ibu tersayang, Ayah Ismoyo Soenarjo dan Ibu Asiamie yang selalu memberikan doa, semangat, perhatian, motivasi, dan dukungan dalam penulisan skripsi ini. Serta mbak kandung Ajeng Iswahyuningtyas atas motivasi dan dukungannya.
3. Bapak Dr. Antoni, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing pertama yang sangat memberikan bimbingan dan dorongan motivasi dengan penuh sehingga selesainya penulisan skripsi ini.

4. Ibu Dra. Ima Hidayati Utami, M.P.d, M.I.Kom selaku dosen pembimbing kedua yang penuh kesabaran memberikan bimbingan dan dukungan untuk selesainya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Penguji yang terhormat
6. Teman-teman Penulis dari kompleks perumahan perumda yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini, Gery, Mat, Jack, Rio dan Faisal. Serta keluarga besar Abdul Wahab dan Soenarjo yang tak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan penuh untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman penulis skripsi tentang komunikasi ritual atas pengetahuan dan segala hal yang dibagikan kepada peneliti.
8. Sahabat-sahabat terbaik Oyi Sam, Mat Satru, teman-teman seangkatan Ilmu Komunikasi 2010 serta masih banyak lagi teman-teman yang lain yang telah memberikan senyumannya selama proses penulisan skripsi ini.
9. Keluarga besar Vario Club Surabaya yang telah memberikan tempat dan waktunya kepada penulis sebagai materi penelitian
10. Teman =teman penghuni kos 216 yang telah memberikan warna baru dalam kehidupan peneliti selama tinggal di Kota Malang
11. Terakhir penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada almarhum ayahanda tercinta Ismoyo Soenarjo yang semasa hidupnya selalu memberikan wejangan, dukungan, doa dan harapan untuk segera merampungkan studi di Universitas



Brawijaya. Semoga dengan selesainya skripsi ini, ayah saya disurga merasa bangga dengan pencapaian anaknya sebagai sarjana ilmu komunikasi. “I Love You dad.. I Will Miss You”

Penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang. Amin.

Malang, 28 juli 2017

Bangun Sasongko Putra

ABSTRAK

Bangun Sasongko Putra. 105120203111010. Perspektif Komunikasi Ritual Pada Club Motor Honda Vario: Studi Etnografi dalam Vario Club Surabaya di Kota Surabaya. Pembimbing: Dr. Antoni, S.Sos, M.Si dan Dra. Ima Hidayati Utami, M.Pd, M.I.Kom

Club Motor Honda Vario adalah salah satu fenomena kotemporer yang berada ditengah-tengah masyarakat saat ini. Tergabung kedalam club motor dianggap selalu identik dengan kegiatan yang merugikan orang lain dan kegiatan yang cenderung tidak memiliki sisi positif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan (*describe*) budaya serta interaksi orang-orang yang berada di dalam Club Motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) dengan menggunakan pendekatan *Etnography*. Selain itu, perspektif Ritual milik James Carey serta mazhab Chicago School turut digunakan sebagai kerangka Penelitian.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwasannya Club Motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) di dalam budayanya terdapat nilai-nilai yang berusaha dibentuk dan dijaga. Club Motor Honda Vario mengedepankan sisi "*humanity value*". Hal ini mematahkan persepsi masyarakat bahwa tidak selamanya *riders* atau *bikers* memiliki sifat negatif, *arogan*, *urakan*, atau *ugal-ugalan*. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan adanya peran ketua sebagai pemimpin club dalam membentuk rasa solidaritas dan loyalitas, kemudian dilanjutkan dengan menerapkan sistem kekeluargaan dalam berorganisasi yang nantinya akan menimbulkan rasa toleransi antar sesama anggota. Pembentukan *values* ini dipengaruhi oleh campur tangan ketua dan pengurus club, sehingga keutuhan club tetap terlindungi dan berjaya sampai sekarang ini.

Kata kunci: Etnografi, *Chicago School*, *Cultural Studies*, James Carey, John Dewey, Komunikasi Ritual, Pragmatisme.

ABSTRACT

Bangun Sasongko Putra. 105120203111010. The Perspective Of Ritual Communication at Club Motor Honda Vario: Etnographic Studies In The Vario Club Surabaya.

Underconcern by Dr. Antoni, S.Sos, M.Si and Dra. Ima Hidayati Utami, M.Pd, M.I.Kom

Club Motor Honda Vario is one of the phenomena of kotemporer which is in the midst of today's society. Incorporated into the club motor considered is always synonymous with activities that harm other people and activities that are less likely to have a positive side. This study aims to describe the (describe) culture as well as the interaction of the people who were in the Club Motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) using the approach of the Etnography. In addition, the perspective of Ritual belonging to James Carey as well as sectarian Chicago School demonstrate its use as a framework for research.

The results of this study indicate that Club Motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) in culture there are values that are trying to be formed and maintained. Club Motor Honda Vario side put forward the "humanity value". This broke the public perception that it is not forever riders or bikers have negative, arrogant, urakan, or inconsiderate. In addition, the results of the study also showed the presence of the Chairman's role as leader of the club in forming a sense of solidarity and loyalty, followed by applying a system of family in freedom of association that would later give rise to a sense of tolerance. The formation of values is influenced by the intervention of the Chairman and the Executive Board of the club, so the club remained intact and successful telindungi until now.

Keywords: Ethnography, Chicago School, Cultural Studies, James Carey, John Dewey, Ritual Communication, Pragmatism.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Nama : Bangun Sasongko Putra

NIM : 105120203111010

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Perspektif Komunikasi Ritual Pada Club Motor Honda Vario (Studi Etnografi dalam Vario Club Surabaya)”** adalah benar-benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Malang, 28 Juli 2017

Yang membuat pernyataan



Bangun Sasongko Putra

NIM. 105120203111010

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Rogers (1994) menjelaskan bahwa sekarang ini ilmu komunikasi tidak lagi merujuk pada akar studinya: Chicago school. Menurutnya ilmu komunikasi mengalami penyempitan pada pengertian sebatas propaganda dan efek media. Propaganda disini bertujuan untuk mempengaruhi pendapat dan kelakuan masyarakat atau sekelompok orang serta efek media untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan. Rogers mengkritik 'the four founders myth' atau empat orang penggagas yang paling terkenal di Ilmu Komunikasi; Laswell, Lazarsfeld, Lewin dan Hovland yang meluncurkan bidang studi komunikasi lah yang harus bertanggung jawab. Keempat orang ini yang telah menyebabkan pengerucutan ilmu komunikasi sebatas pada propaganda dan efek media. Peter dalam Rogers (1994) juga turut mempertanyakan pandangan awal dari ilmu komunikasi itu sendiri. Menurutnya, pandangan komunikasi harus kembali kepada Chicago School dan Walter Lippmann; yakni pada pengertian komunikasi sebagai hubungan manusia dengan manusia lainnya yang saling berkesinambungan.

Rogers (1994, h. 195) mengatakan bahwa Chicago School memberikan banyak sekali pilihan teori yang dapat dikaitkan mengenai komunikasi dan posisinya di masyarakat, dari pada keempat orang yang dijuluki 'the four founders myth', yang menurutnya hanyalah 'anak kemarin sore' dalam bidang studi komunikasi. Ia sangat menyesalkan jarangny peneliti menggunakan perspektif komunikasi aliran Chicago School sebagai bahan penelitian komunikasi saat ini.

Peter dalam Rogers (1994, h. 175) memiliki pendapat yang sama. Ia mengatakan bahwa Laswell, Lazarsfeld, Kurt Lewin dan Hovland berhasil meraih sebutan *'the four founders myth'* karena mereka sukses menghadirkan bentuk metodologi yang memuaskan, bentuk kuantitatif yang terpadu (mengembangkan riset Park sebelumnya yang berbicara tentang konten dan audiens media). Tetapi jika berbicara perihal idea dan bibit-bibit dalam komunikasi, mereka tidak memiliki apa-apa dibandingkan dengan Chicago School.

Adapun kontribusi yang diberikan oleh Chicago School dalam bidang Ilmu Komunikasi diantaranya adalah (Rogers, 1994, h. 199):

1. Konsep Interaksionisme Simbolik, sudut pandang teoritis yang meletakkan komunikasi sebagai pusat pembelajaran seorang manusia, yang mana sebagai objek, mereka membentuk dan merubah
2. Komunikasi massa menyumbangkan bagian pada perubahan demokrasi di masyarakat Amerika, juga bagaimana cara mereka menghadapi perubahan sosial masyarakat.
3. Chicago School juga menuntun para peneliti untuk lebih berkembang untuk meneliti komunikasi, menggunakan pendekatan interpretatif.

William James, salah satu tokoh besar di Harvard University (Rogers, 1997, h. 137) mengatakan bahwa Chicago School dalam waktu 6 bulan telah memberikan bibit baru pada bidang ilmu sosial, berawal dari masa-masa keemasan John Dewey. Teori-teori yang dihasilkan sungguh memuaskan; Chicago

adalah sekolah sungguhan dengan pemikiran yang sungguhan pula. Berbeda dengan yang dimiliki oleh Harvard.

Kehadiran John Dewey di Chicago School membawa perubahan besar pada bidang ilmu sosial yang tidak hanya di jurusan Filsafat Chicago saja melainkan di seluruh belahan dunia. Peter dalam Rogers (1994, h. 158) mengatakan bahwa bagi seorang Dewey, komunikasi berarti proses mempersatukan orang-orang agar utuh, menjadi anggota dari sebuah masyarakat.

Sesudah era filsafat dan sosiologi, berkat campur tangan John Dewey Chicago School sukses dikenal, kemudian dilanjutkan kembali oleh salah satu muridnya bernama Robert E Park. Park adalah satu tokoh Chicago School yang kemudian menyuarakan kembali isu yang pernah dilemparkan oleh John Dewey.

Park menjelaskan komunikasi adalah proses sosial-psikologi, yakni satu individu mampu untuk mengasumsikan, dan menerima sikap serta pandangan orang lain.

Komunikasi melibatkan perasaan empati terhadap partner berkomunikasi, sebagaimana adanya sifat alami dari masyarakat (Rogers, 1994, h. 190).

Dewey : *“Society is not only exist by transmission, by communication, but it may fairly be said to exist in transmission, in communication. There more than a verbal tie between the word common, community and communication.”* (Park & Burgess, 1924, h. 36)

Merujuk pada pernyataan Dewey di atas, Park kemudian mengangkat isu dari ilmu komunikasi yang menurutnya harus lebih diperhatikan. Park melihat dan meyakini bahwa komunikasi adalah solusi dari *‘urban problems’* yang ada di masyarakat.

Dewey mengatakan dalam berkomunikasi masyarakat tidak hanya ada karena adanya proses transmisi perpindahan pesan, tapi lebih dari itu masyarakat juga hidup di dalam proses transmisi tersebut melalui komunikasi yang sedang terjadi. Ada ikatan yang kuat pada kata (bahasa), komunitas dan komunikasi.

Untuk aliran Chicago School, komunikasi lebih dari proses perpindahan pesan; komunikasi menciptakan dan memelihara masyarakat (Belman, 1975, h. 170).

James W. Carey kemudian muncul dan melanjutkan dengan dasar asumsi Dewey dan Park dari Chicago School; yakni hubungan antara komunikasi, pemaknaan, dan masyarakat. White dalam *Ferment in The Field* (1983, h. 294) mengatakan bahwa bagi seorang James W. Carey, tugas utama ilmu komunikasi adalah untuk masuk ke dalam 'meaning' atau pemaknaan subjektif yang dibentuk oleh orang-orang misalnya dalam kegiatan sosial, agama, kegiatan sehari-hari. Carey adalah tokoh yang memperkenalkan perspektif *Cultural Studies* dari ilmu komunikasi, untuk pertama kalinya di Amerika. Carey memperkenalkan *cultural studies* yang khas Amerika, yakni merujuk pada tradisi liberal.

Pooley & Park (2013, h. 82) mengatakan bahwa James W. Carey adalah termasuk salah satu figur yang sering dikaitkan dengan sejarah dan perkembangan ilmu komunikasi hingga sekarang ini. Carey mengkontribusikan 62 tulisan yang beberapa di antaranya berbicara tentang studi jurnalisme, dan beberapa lainnya menunjukkan akan 'perannya' dalam mengembangkan *cultural studies* ala Amerika.

Cultural studies di Amerika tumbuh pesat dari tahun 1960 dan seterusnya.

Pada bidang komunikasi massa, Carey merupakan salah satu akademisi yang paling dikreditkan untuk kajian budaya berciri khas Amerika Utara ini, dia pula yang menemukan hubungannya dalam komunikasi dan studi media di Amerika Serikat. Carey menjelaskan bahwa *cultural studies* lebih dari sekedar istilah untuk menggambarkan 'kesamaan', seperti halnya yang telah digambarkan oleh tokoh-tokoh besar dalam sosiologi dan ilmu sosial lainnya, itu mencakup masyarakat itu sendiri (Ross, 2013).

Cultural studies hadir menjadi alternatif baru setelah sebelumnya Chicago School sempat memperkenalkan perspektif *Interpretative School*. Hadir menjadi 'lawan' dari paradigma positivistik yang membahas tentang efek media massa, interpretative menitikberatkan kepada bagaimana audiens menerima dan menginterpretasi pesan dari media. Pendekatan interpretatif berfokus pada penelitian tentang bagaimana orang-orang mengkonstruksi 'meaning' (Ross, 2013). Burrell & Morgan (dalam Rogers, 1994) mengatakan bahwa pendekatan interpretatif menitikberatkan fokus kepada dunia sebagai mana adanya, untuk lebih mengerti dasar-dasar yang ada di dunia ini langsung pada tingkat pengalaman, mencari penjelasan.

Tokoh-tokoh yang terkenal dari Chicago School seperti Dewey, Park, dan Cooley serta teori interaksionisme simbolik yang mereka ciptakan, adalah tulang punggung dari *cultural studies* yang diciptakan Carey. Interaksionisme simbolik melihat manusia sebagai orang yang unik, yang mampu untuk membuat manipulasi, dan menginterpretasikan simbol untuk berkomunikasi, dan itulah

yang menciptakan sejarah dan budaya, Dengan teori ini, manusia dilihat sebagai makhluk yang interaktif, tidak ada yang benar-benar hidup sendiri karena manusia hidup dengan yang lain, saling berhubungan, membangun simbol (Ross, 2013).

Tokoh lain yang menjadi sumber inspirasi Carey dalam membentuk cultural studies adalah antropolog Clifford Geertz. Geertz memperkenalkan tradisi *verstehen*, yang artinya adalah kemampuan untuk memahami, yang dicari melalui proses interpretasi dan empati. Geertz mengatakan bahwa manusia adalah binatang yang terjebak di sebuah jaring laba-laba yang ia pintal sendiri. Geertz mengistilahkan jaring laba-laba sebagai budaya, dan tujuan akhir dari penelitiannya adalah untuk mencari makna dari budaya dengan menginterpretasikan proses dari manusia-manusia (Ross, 2013)

Livingstone (dalam Ross, 2013) dalam penelitian interpretatifnya menunjukkan bagaimana masing-masing individu memperoleh dan memproses pemaknaan yang berbeda dari televisi yang sama. Pada akhirnya data yang dihasilkan berupa *'thick description'*. Hal yang sama ditemui pada kajian *Cultural studies* yang kini telah dikenal luas. Namun pada *Cultural studies* kita menemui fokus yang lebih luas lagi dari *Interpretative School*, menurut Carey, *Cultural Studies* menitikberatkan pada permasalahan gender dan kelas sosial, termasuk budaya; khususnya pada efek budaya di individu, dan penyebabnya, yakni proses komunikasi.

Ketertarikan Carey pada bidang budaya dan komunikasi kemudian membuatnya memberikan sumbangsih lain pada ilmu komunikasi saat ini, yang di

kenal dengan sebutan perspektif ritual. Apabila model komunikasi transmisional adalah sebagai penyebarluasan pesan melalui wilayah geografi tertentu untuk tujuan kontrol, komunikasi adalah konsepsi ritual dilihat sebagai bentuk seremony yang menarik untuk bersama-sama menjadi pengikut dan menjadi bagian dari suatu komunitas tersebut. Dalam konsepsi ritual, komunikasi dikaitkan dengan kata *sharing* (saling berbagi), partisipasi, asosiasi, pengikut, dan kepemilikan akan keyakinan bersama. Definisi tersebut merupakan buah eksploitasi ide tradisional tentang identitas dan akar kebersamaan ke dalam *konsep commoners, communion, community, dan communication*. Pandangan mengenai komunikasi sebagai ritual tidak lagi ditujukan langsung pada penyebarluasan pesan melalui suatu ruang tertentu melainkan sebagai bentuk pemeliharaan masyarakat dalam suatu waktu, bukan suatu tindakan menanamkan informasi melainkan bentuk kehadiran suatu keyakinan bersama (Carey, 1989, h. 18)

Carey dalam Ross(2013) menjelaskan bahwa kehidupan nyata dari sebuah komunitas atau masyarakat dibentuk oleh keterhubungan antara masing-masing actor di dalam sebuah percakapan. Perspektif ritual yang ia ciptakan ini seolah 'mengamini' bahwa realitas sosial dibentuk dengan interaksi simbolik yang dilakukan oleh sebuah komunitas. Lawrence Grossberg, teman sekaligus murid Carey (Ross, 2013) mengatakan bahwa konsep komunikasi ritual yang diciptakan Carey diciptakan di atas akar; komunikasi, masyarakat dan persekutuan. Di mana tidak hanya mengeksplorasi komunikasi secara simbolik, tetapi juga didefinisikan sebagai cara hidup dan berpartisipasi dalam kehidupan bermasyarakat dengan

orang lain. Di sini dapat dilihat hubungan diantara perspektif ritual Carey dengan interaksionisme simbolik dari Chicago School.

Ross (2013) memaparkan penjelasan Carey untuk melihat praktik langsung dari perspektif ritual dalam analisis studi komunikasi. Carey menawarkan contoh dalam kegiatan membaca koran:

“Perspektif ritual akan berfokus pada hal-hal yang berbeda ketika membaca koran. Ritual akan melihat kegiatan membaca koran seperti hal biasa, mengirim dan menerima pesan, dimana tidak ada yang baru yang dipelajari. Lebih dari itu, ritual melihat pada suatu yang khusus; misalnya, bagaimana dunia ini digambarkan dengan tegas di dalam koran.”

Dengan kata lain, dalam aktivitas komunikasi dan kegiatan manusia, membaca koran adalah kebiasaan dan ritual yang dilakukan sehari-hari. Menurut Carey, koran memberi pembaca sebuah konfirmasi atau pengakuan tentang keadaan dunia daripada menyediakan mereka dengan kesadaran palsu yang harus mereka lupakan. Untuk Carey, berita bukan sekedar mengenai informasi, melainkan tentang drama, kebiasaan mengkonsumsi dan negosiasi (Ross, 2013).

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan dan lain-lain. Dalam acara-acara itu orang-orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa (shalat, sembahyang, misa) membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan Idul Fitri, atau Natal, juga adalah bentuk dari kegiatan

komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideologi, atau agama mereka. Ritual menciptakan perasaan tertib (*sense of order*) bagi para anggotanya (Mulyana, 2005, h. 8).

Perkembangan otomotif yang melaju pesat di kota-kota besar khususnya Kota Surabaya, banyak sekali dijumpai club motor yang memiliki penggemar fanatik dari beberapa brand pabrikan motor ternama. Club motor Honda Vario adalah salah satu club motor yang terbentuk berdasarkan minat dan hobi otomotif yang ada di masyarakat kota Surabaya. Nama dari club motor ini adalah VCS(Vario Club Surabaya). Dari pengamatan peneliti yang terjun langsung dilapangan, terdapat perbedaan antara komunitas dan club motor. Menurut beberapa pendapat yang dikatakan oleh salah satu anggota (Odi Winod Affandie & Carrol Mariano, 13/03/2016) yang telah dilakukan peneliti melalui data wawancara, mereka mengatakan bahwa club dan komunitas memiliki perbedaan yang jelas. Club motor berada dibawah bendera pabrikan motor dan mempunyai nama atau identitas yang dapat dipertanggungjawabkan. Club ini berisikan orang-orang yang menggemari dan mengaku sebagai *rider* (sebutan untuk member di dalam club motor). Sekumpulan orang-orang yang terbentuk berdasarkan hobi ini kemudian menjadi salah satu fenomena kontemporer yang bisa dikaji dalam bidang ilmu komunikasi. Mereka bisa terbentuk berdasarkan hal apapun yang dirasa memiliki daya tarik tersendiri bagi penggemarnya, mulai dari *brand* kenamaan, merk motor, aliran modifikasi semua hal dapat dijadikan dasar utama atas pembentukan kelompok sosial. Kepentingan utama dari kelompok-

kelompok yang terbentuk berdasarkan hobi biasanya untuk melampiaskan kesenangan atau untuk mendapatkan hiburan semata.

Vario Club Surabaya dalam pelaksanaan aktivitas bersama-sama memiliki banyak kegiatan yang dilaksanakan secara kolektif, mulai dari *family gathering* (kopi santai), bakti sosial, bersih-bersih taman, *jamnas* (jambore nasional), hingga kegiatan ritual utama yakni kopi darat atau *kopdar*. Sesuai dengan asumsi Carey (1989) tentang perspektif Ritual, komunikasi yang dibangun di dalam komunitas ini bertujuan untuk menghadirkan kepercayaan-kepercayaan bersama, yang sangat erat kaitannya dengan kegiatan berbagi, berpartisipasi, bersahabat, dan kepemilikan akan keyakinan bersama. Unsur-unsur perspektif ritual tersebut bisa ditemukan pada kegiatan bersama dalam club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya).

Club motor memiliki AD/ART yang jelas tercatat di kepolisian atau wadah dari perkumpulan club motor. Club motor hanya terdiri dari satu merk dan satu tipe motor saja. Awal mula berdirinya Vario Club Surabaya adalah ketika 3 orang pengguna motor vario yang bertemu di servisian Honda Simpang Surabaya. Setelah mereka selesai menyervis motor, ketiga orang ini melanjutkan perbincangan ditempat nongkrong. Disaat ketiga orang sedang asyik mengobrol tiba-tiba tercetus ide membentuk club motor yang bertujuan untuk menambah persaudaraan, teman dan *sharing* tentang perkembangan motor. Bapak Yuda, Bapak Meidy, Bapak Dewo merupakan pencetus lahirnya club motor Honda Vario. Vario club Surabaya sudah berdiri sejak tahun 2007, tepatnya tanggal 23 juli 2007.

Menggunakan mahzab Chicago School sebagai kerangka serta perspektif ritual James Carey sebagai teori utama, peneliti melakukan penelitian pada club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya). Club motor yang terbentuk berdasarkan latar belakang hobi yang sama ini adalah salah satu contoh kelompok sosial yang ada di masyarakat saat ini. Ditemui bahwa fenomena penggemar club motor Honda Vario pada kajiannya di *cultural studies* juga berkaitan dengan pragmatis dan ‘*pop culture*’.

Berorientasi pada pragmatis *cultural studies* yang menitikberatkan pada hal-hal yang alamiah, melihat realitas, dan tidak terlalu teoritis (teori dianggap bukanlah segala-galanya untuk mempelajari berbagai aspek dalam kehidupan) milik Barker (2000, h. 396). Peneliti mencoba mengungkap budaya club motor ini dengan apa adanya, sesuai dengan apa yang ada di lapangan, dengan menggunakan etnografi sebagai metode. Dalam kaitannya dengan *Cultural Studies* ala Amerika, club motor ini memiliki unsur ‘*problem solving*’ sebagaimana ciri khas dari tradisi pragmatis Chicago School. Kegiatan bakti sosial (*baksos*) yang rutin dilakukan oleh club motor ini adalah salah bentuk positif yang berdampak langsung pada lingkungan sekitar. Selain itu Vario Club Surabaya mengedepankan sistem kekeluargaan sebagai pedoman club, untuk memecahkan solusi jika terjadi permasalahan. Dengan adanya sistem kekeluargaan ini menambah rasa toleransi antar anggota serta mempererat solidaritas didalamnya.

Peneliti menyadari bahwa sebelumnya telah ada penelitian yang berhubungan dengan hal – hal yang menyangkut tema penelitian, metode yang

digunakan, dan yang lainnya. Berikut ini merupakan beberapa penelitian yang menjadi acuan peneliti dalam beberapa hal:

Maya Safitri. *Perspektif Ritual Pada Komunitas Suporter Sepakbola Manchester City Supporters Club Indonesia (MCSCI) Chapter Malang.*

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan budaya serta interaksi yang ada di dalam komunitas supporter bola Manchester City Supporters Club Indonesia (MCSCI) Chapter Malang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan Auto-Etnografi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di dalam komunitas yang cenderung maskulin ini, perempuan memiliki peranan tersendiri. Perempuan adalah satu “*Founding Father*”, sehingga dalam pembentukan *values*, komunitas ini dipengaruhi oleh ‘campur tangan’ sosok perempuan. Hal ini mengartikan bahwa komunitas supporter bola MSCI chapter Malang tidak memandang perbedaan gender. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwasannya komunitas Manchester City Supporters Club Indonesia (MCSCI) chapter Malang di dalam budayanya memiliki nilai yang berbeda dengan komunitas lain, yakni lebih mengedepankan sisi “*Humanity Values*”. Hal ini mematahkan konstruksi bahwa supporter selalu identik dengan kekerasan dan kerusuhan.

Estu Widyowati. *Pemaknaan Anggota Komunitas Hip Hop Kota Batu terhadap Konsep Misogyny.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan para anggota komunitas hip hop di kota Batu terhadap konsep *misogyny* dalam musik rap serta mengetahui sejauh mana makna dari konsep *misogyny* yang tergambar dalam keseharian para anggota komunitas hip hop di Kota Batu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan interaksionisme simbolik. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya konsep *misogyny* dimaknai sebagai rasa benci laki – laki terhadap wanita yang dilatarbelakangi oleh adanya perspektif negatif mengenai wanita, kondisi tidak sepaham, tidak sependapat, dibohongi, dikhianati, dan dikecewakan. Konsep *misogyny* muncul sebagai suatu upaya untuk mengukuhkan kepemilikan kekuasaan yang lebih kuat oleh laki – laki. Dalam kehidupan sehari – hari, konsep *misogyny* ditampilkan dalam bentuk kekerasan secara verbal (melalui lagu rap) dan kekerasan secara fisik. Penelitian tersebut dapat memberikan gambaran sekaligus pemahaman kepada peneliti mengenai kajian tentang *misogyny* di dalam musik rap.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini ialah

1. Bagaimana komunikasi ritual yang dilakukan oleh club motor Honda Vario jika dikaji menggunakan perspektif komunikasi ritual Chicago school?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini yakni mengetahui bagaimana komunikasi ritual yang dihasilkan oleh club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) jika dikaji menggunakan perspektif ritual Chicago School dengan tradisi pragmatis *cultural studies*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam studi komunikasi khususnya tentang perspektif komunikasi ritual dalam melihat komunikasi yang tak hanya sekedar memandang komunikasi sebagai proses penyampaian pesan semata. Selain itu, penelitian ini diharapkan membantu mengingat kembali tradisi liberal Chicago School yang dimiliki oleh Amerika sebagai salah satu tonggak besar dalam ilmu komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat memberikan pemahaman tentang analisis pada club motor penggemar Honda Vario (Vario Club Surabaya). Juga untuk club motor ataupun lain yang bergerak dibidang otomotif agar dapat lebih memahami dan mengembangkan komunitasnya.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi dan Cultural Studies

Istilah *cultural studies* pertama kali dipopulerkan oleh Stuart Hall, seorang professor sosiologi di Open University, Million Keynes, Inggris (Griffin, 2007, h.366). Menurut Bennet (dalam Barker, 2004, h.6-7) pengertian *cultural studies* berdasarkan tokoh aliran Birmingham, yang cenderung bersifat kritis yakni, *cultural studies* merupakan sebuah kajian interdisipliner yang dapat dilihat dari berbagai perspektif yang tujuan utamanya adalah untuk mengkaji bagaimana relasi antar budaya dan kekuasaan. Kekuasaan yang coba dikaji oleh *cultural studies* termasuk kedalam persoalan gender, ras, kelas, dan kolonialisme. *Cultural studies* mencoba menjelaskan kaitan antara bentuk-bentuk kekuasaan tersebut dan coba mengembangkan cara pikir tentang budaya dan kekuasaan yang dapat digunakan untuk melakukan suatu perubahan.

Konsep budaya dalam *cultural studies* lebih didefinisikan secara politik daripada secara estetis. Budaya sebagai objek kajian dalam *cultural studies* tidaklah didefinisikan dalam pengertian yang sempit, yaitu sebagai objek keadiluhungan estetis atau suatu seni yang tinggi atau sebuah proses perkembangan estetis, dan spiritual, melainkan budaya yang didefinisikan sebagai teks dan praktek kehidupan sehari-hari. Budaya dilihat secara politis dikarenakan *cultural studies* mencoba memandangnya sebagai sebuah arena konflik wacana (Storey, 2007, h.2).

Perspektif *cultural studies* berupaya untuk membaca konteks budaya dan bagaimana budaya tersebut terkonstruksikan. Budaya tidak dipandang sebagai suatu yang netral atau bersifat apa adanya, melainkan sebagai praktik pertarungan wacana. *Cultural studies* mengajak untuk menyingkap apa yang terjadi di balik suatu budaya yang termanifestasikan di dalam masyarakat. Dalam memahami makna dari suatu teks atau praktik budaya, seseorang harus menganalisisnya dalam konteks sosial dan historis produksi dan konsumsinya (Storey, 2007, h.3).

Selanjutnya, terkait dengan *cultural studies* dalam komunikasi, dalam suatu kebudayaan komunikasi merupakan unsur yang inheren. Secara sederhana dapat dipahami bahwasanya budaya muncul dari hasil interaksi, dan interaksi tidak mungkin terjadi di antara anggota kelompok budaya tanpa adanya komunikasi. Dalam suatu kajian budaya, pendefinisian komunikasi mengarah pada bentuk praktek budaya, dengan kata lain, komunikasi dalam kajian budaya merupakan suatu tindakan aktual terkait dengan *performance* dan pewarisan nilai-nilai budaya. Komunikasi karenanya menjadi komponen penting dalam kebudayaan. Sekalipun komunikasi diakui sebagai suatu praktek budaya, tidak serta merta semua tindakan masyarakat diakui sebagai komunikasi.

Dalam perkembangannya, *cultural studies* memiliki beberapa aliran yang memiliki sudut pandang berbeda. Di Amerika, perkembangan *cultural studies* diawali oleh James W. Carey yang menawarkan pandangan *cultural studies* khas liberal Amerika, berakar pada tradisi pragmatis sebagaimana turunan dari tokoh – tokoh ilmu sosial dari Chicago School. John Dewey adalah salah satu tokoh

Chicago yang berfokus pada komunikasi dan budaya yang membentuk masyarakat.

“Without such communication the public will remain shadowy and formless. Till the Great Society is converted into a Great Community, the public will remain in eclipse. Communication can alone create a great community” (Dewey, 1927, h.142).

Dari pendapat Dewey tersebut jelaslah bahwa komunitas dan komunikasi tidak bisa dilepaskan kaitannya. Tanpa adanya komunikasi orang-orang tidak akan memiliki bentukan, dan komunikasi itu sendiri dapat membentuk komunitas yang hebat. Komunitas merujuk pada sekelompok orang yang berkumpul dan hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu dan mereka berbagi makna dan sikap bersama (Mulyana, 2005, h.42).

Dalam Westbrook (1999), Dewey menjelaskan bahwa sebuah komunitas harusnya bersifat sebagai sebuah institusi dimana anggotanya, hidup untuk saat ini dan untuk menjadi anggota dari kehidupan masyarakat di mana ia merasa bahwa ia berpartisipasi, dan juga menyumbang. Komunitas terbentuk setelah mereka (komunitas) dipengaruhi oleh konsekuensi sosial bersama, menawarkan interpretasi yang berbeda.

Dalam penelitian ini, *cultural studies* tradisi Amerika dijadikan sebagai suatu kerangka penelitian oleh peneliti dalam melakukan pemahaman mengenai bagaimana individu menjadi bagian dari suatu budaya, yakni Club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya), membentuk makna dan identitas mereka sebagai sebuah kesatuan club motor, yang di dalamnya melakukan kegiatan-kegiatan yang juga bisa dianalisis menggunakan teori yang berkenaan dengan *cultural studies*

tradisi pragmatis Chicago School, seperti perspektif ritual, *gender* dan *social movement*.

2.2 Tradisi Pragmatis dan Mahzab Chicago School

Memfokuskan komunikasi bukan sebagai alat politik dan kekuasaan, melainkan sebagai kajian sosial pragmatis yang membahas *meaning*, berawal dari Mahzab Chicago School, di Amerika abad ke 19. Beberapa tokohnya seperti John Dewey, Mead dan Blumer telah memberikan sesuatu yang baru pada kajian komunikasi. Blumer mengatakan bahwa komunikasi penting bagi kehidupan dan interaksi sosial (West & Turner, 2008, h. 97)

Para pemikir yang ada di dalam mahzab Chicago banyak melakukan pendekatan interpretatif berdasarkan rintisan George Herbert Mead (Rogers, 1992, h. 200). Salah satunya Blumer, yang melakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif, meyakini bahwa studi tentang manusia tidak bisa disamakan dengan studi terhadap benda mati. Pendekatan ilmiah dari Mahzab Chicago menekankan pada riwayat hidup, studi kasus, buku harian (*diary*), autobiografi, surat, wawancara tidak langsung dan tidak terstruktur (Rogers, 1994, h. 201). Selain itu, Blumer juga menegaskan pentingnya observasi partisipatif dalam studi komunikasi. Lebih jauh, Mahzab Chicago menunjukkan bahwa orang bersifat kreatif, inovatif, dan bebas mendefinisikan setiap institusi dalam cara-cara yang tidak terduga. Diri dan masyarakat dipandang sebagai suatu proses dan bukan struktur, dan oleh karenanya, menafikkan proses akan menjadikan esensi hubungan sosial tersebut hilang.

Dewey mengalirkan aksioma bahwa masyarakat hadir terbentuk bukan saja lewat proses transmisi (pesan), lewat komunikasi namun lebih tepatnya: masyarakat ada dalam proses transmisi dan ada di dalam komunikasi itu sendiri.

“Society is not only exist by transmission, by communication, but it may fairly be said to exist in transmission, in communication. There more than a verbal tie between the word common, community and communication.”
(Park & Burgess, 1924, h. 36)

Aksioma yang dilontarkan Dewey kemudian menjadi dasar untuk berkembangnya beberapa ilmu dan teori. James W. Carey adalah salah satu tokoh yang menjadikan pendapat Dewey sebagai pijakan salah satu teori yang ia ciptakan. Carey mencetuskan perspektif ritual, yang memandang komunikasi sebagai sebuah cara untuk memelihara budaya bersama dan berbagi, tak hanya sekedar sebagai proses pemindahan pesan.

Mahzab Chicago identik dengan tema perubahan sosial dan politik yang terjadi di masyarakat. Sehubungan dengan penelitian ini, dalam club motor Honda Vario salah satu kegiatan yang berkaitan dengan isu sosial adalah gerakan bhakti sosial.. Mahzab Chicago yang digunakan yakni tradisi pragmatis yang membahas tentang *problem solving* dan *urban life*.

Barker pada bukunya *Cultural Studies: Teori dan Praktis* (2000, h.396) menjelaskan bahwa pragmatisme bersama aliran pascastrukturalis dalam *cultural studies* sama-sama berpegang pada pandangan antifondasionalis, antirepresentasionalis, antirealis tentang kebenaran. Pragmatisme menyatakan bahwa perjuangan untuk melakukan perubahan sosial adalah soal bahasa/teks dan soal tindakan praktik/kebijakan. Singkatnya, pragmatisme menitikberatkan fokus pada hal-hal yang alamiah, melihat realitas, dan tidak terlalu teoritis (teori

dianggap bukanlah segala-galanya untuk mempelajari berbagai aspek dalam kehidupan).

2.3 Komunikasi sebagai Sebuah Ritual

Terdapat dua konsepsi yang berbeda tentang komunikasi yang berkembang di Amerika sejak abad 19. (Carey, 2002, h. 37) Kedua konsepsi tersebut berasal dari buah pemikiran kultural sekuler dan dari pemikiran keagamaan. Selanjutnya, dalam perkembangannya kedua konsepsi itu sebagai pandangan transmisi tentang komunikasi dan pandangan ritual tentang komunikasi.

Dalam Carey (1988, h. 13) Dewey mengatakan, "*Society exists not only by transmission, by communication, but it may fairly be said to exists in transmission, in communication*". Dalam askioma ini, Dewey menjelaskan bahwa masyarakat hadir terbentuk bukan saja lewat proses transmisi (pesan), lewat komunikasi namun lebih tepatnya: masyarakat ada dalam proses transmisi dan ada di dalam komunikasi itu sendiri. Dewey melihat bahwa pengertian istilah komunikasi memiliki dua dimensi yang saling berlawanan dengan mengacu pada sejarah pemikiran Barat. John Dewey menggunakan ini untuk terus berkarya.

Berangkat dari dua hal itu, adalah James W. Carey yang kemudian tertarik dan meneruskan hasil karya Dewey.

James W. Carey melakukan studi komunikasi didasari pada tujuan untuk mengkonstruksikan, mengatur, memperbaiki, dan mentransformasikan komponen tertentu dalam masyarakat berdasarkan observasi terhadap realitas-realitas public yang bisa teramati. Sampai akhirnya Carey memutuskan untuk merevitalisasi

pandangan tentang pengertian komunikasi, sebagaimana yang pernah dilakukan oleh Dewey sebelumnya, yakni memandang bahwa ada dua perspektif pada ilmu komunikasi, yakni sebagai proses penyampaian pesan (*transmission*) dan komunikasi sebagai ritual (Carey, 1989, h. 14-15).

Jika pola dasar kasus dari komunikasi di bawah perspektif transmisi adalah berupa proses perpanjangan pesan melewati batas geografi, yang memandang komunikasi sebagai suatu proses penanaman, pengiriman, transmisi atau penyampaian informasi kepada yang lain, maka pola dasar perspektif ritual adalah hal yang berkaitan dengan upacara suci yang menggambarkan orang-orang bersama dalam persekutuan dan kesamaan (Carey, 1989, h. 18). Kata ritual selalu identik dengan habit (*kebiasaan*) atau rutinitas. Rothenbuhler (1988) menguraikan bahwa ritual adalah aksi sukarela yang bermotif untuk simbolisasi dan partisipasi serta memiliki efek dalam kehidupan yang serius. Mencermati pandangan-pandangan tersebut, dipahami bahwa ritual berkaitan dengan pertunjukan secara sukarela yang dilakukan masyarakat secara turun temurun (berdasarkan kebiasaan) menyangkut perilaku yang terpola. Pertunjukan tersebut bertujuan mensymbolisasi suatu pengaruh terhadap kehidupan kemasyarakatan.

Mulyana (2008, h.30) menjelaskan bahwa komunikasi ritual ini erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif. Kegiatan ritual memungkinkan para pesertanya berbagi komitmen emosional dan menjadi perekat bagi kepaduan mereka, juga sebagai pengabdian kepada kelompok. Hal terpenting pada kegiatan ritual tersebut bukan pada bentuknya, melainkan perasaan senasib sepenanggungan yang menyertainya, perasaan yang terikat, diakui dan diterima

oleh kelompok, bahkan oleh suatu yang lebih besar daripada kita sendiri, yang bersifat abadi.

Komunikasi dalam perspektif ritual memandang bahwa komunikasi tidak secara langsung diarahkan untuk menyebarluaskan pesan dalam suatu ruang, namun lebih kepada pemeliharaan suatu komunitas dalam suatu waktu.

Komunikasi yang dibangun juga bukanlah sebagai tindakan untuk memberikan informasi melainkan untuk merepresentasi atau menghadirkan kembali kepercayaan-kepercayaan bersama, dan diarahkan untuk konstruksi dan memelihara ketertiban, dunia budaya yang penuh makna dimana dapat berperan sebagai alat kontrol dalam tindakan/pergaulan antar sesama manusia (Carey, 1989, h. 18-19).

Pola komunikasi yang dibangun dalam pandangan ritual adalah *sacred ceremony* (upacara sacrac/murni) dimana setiap orang secara bersama-sama bersekutu dan berkumpul (*fellowship dan commonality*). Senada dengan hal ini Rothenbuhler menambahkan, pola komunikasi dalam perspektif ritual bukanlah tentang si pengirim mengirimkan suatu pesan kepada penerima, namun sebagai upacara suci dimana setiap orang ikut mengambil bagian secara bersama dalam bersekutu dan berkumpul sebagaimana halnya melakukan penjamuan kudus.

Dalam pandangan ritual, yang lebih dipentingkan adalah kebersamaan masyarakat dalam melakukan doa, bernyanyi dan seremonial. Komunitas ideal diwujudkan dalam bentuk materi seperti tarian, permainan, arsitektur, kisah dan penuturan.

Penggunaan bahasa baik melalui artifisial maupun simbolik (sebagaimana nampak dalam wujud tarian, permainan, arsitektur, dan tutur lisan), tidak ditujukan untuk

kepentingan informasi tetapi untuk konfirmasi: juga tidak untuk mengubah sikap atau pemikiran, tetapi untuk menggambarkan sesuatu yang dianggap penting oleh sebuah komunitas, tidak untuk membentuk fungsi-fungsi tetapi untuk menunjukkan sesuatu yang sedang berlangsung dan mudah pecah (*fragile*) dalam sebuah proses sosial. Komunikasi ritual pun tidak secara langsung ditujukan untuk menyebarluaskan informasi atau pengaruh tetapi untuk menciptakan, menghadirkan kembali, dan merayakan keyakinan-keyakinan ilusi yang dimiliki bersama (Rothenbuhler, 1998).

Merujuk pada tulisan Durkheim yang berjudul “*Elementary Forms of Religion Life*”, konsepsi komunikasi ritual diwarnai oleh gagasan keagamaan tertentu yang melihat pentingnya sebuah seremonial, serta peran pramuka atau pendoa. Proyeksi atas dunia ideal dan berbagai macam komunitas yang dalam bentuk tarian, permainan, arsitektur, kisah-kisah baru, gaya berbicara, menciptakan sebuah pemikiran artifisial dalam tataran simbol yang fungsinya tidak untuk menyajikan informasi, melainkan untuk menguatkan dan mengkonfirmasi. Tidak untuk mengubah pikiran dan mengubah sikap, melainkan untuk menghadirkan dan mengingatkan pada suatu landasan pemikiran. Tidak untuk membentuk fungsi, melainkan untuk menetapkan suatu proses sosial yang tidak rigid secara terus menerus (Carey, 1989, h. 19)

Rothenbuhler (1998) merumuskan kriteria-kriteria yang merupakan karakteristik dari komunikasi ritual, yakni sebagai berikut :

1. Komunikasi ritual berhubungan erat dengan kegiatan berbagi, berpartisipasi, bersahabat, dan kepemilikan akan keyakinan bersama (Carey, 1989, h. 18).

2. Proses komunikasi ritual, Rothenbuhler dan Coman (2005, h. 4) dengan merujuk pada pandangan Carey, menekankan bahwa salah satu bentuk dan model komunikasi sosial, proses komunikasi yang terjadi dalam komunikasi ritual bukanlah berpusat pada transfer atau pemindahan informasi, melainkan lebih mengutamakan sharing atau berbagi mengenai kebudayaan bersama (*common culture*).

3. Komunikasi sebagai kegiatan sakral atau keramat. Pola komunikasi dalam kegiatannya berupa upacara suci (*sacred ceremony*), dimana semua orang ikut mengambil kegiatan secara bersama dengan bersekutu dan berkumpul. Yang lebih diutamakan adalah soal kebersamaan dalam melakukan doa, bernyanyi dan upacara (Radford, 2005, h. 15).

4. Seringkali ritual dipandang sebagai tindakan yang *irrational* (tidak masuk akal) karena dianggap tidak banyak bermanfaat bagi tujuan yang spesifik.

5. Penggunaan bahasa dalam komunikasi ritual dilakukan secara simbolik dan artifisial. Yang mana dapat terwujud dalam bentuk tarian, kisah, permainan dan tutur lisan (Carey, 1992, h. 19)

6. Kolektif. Keterlibatan komunikasi dalam perspektif ritual diibaratkan sebagai sebuah upacara suci dan mengharuskan komunikan untuk ikut mengambil bagian secara bersama, seperti halnya berbagi peran dalam drama (Radford, 2005, h. 15).

7. Penggunaan simbol komunikasi yang unik atau khas merupakan salah satu ciri yang menonjol dalam komunikasi ritual. Simbol yang digunakan sudah tersedia sejak turun temurun pada tradisi budaya yang bersangkutan (Carey, 1989, h. 54).

8. Ambiguitas pesan. Pesan yang disampaikan biasanya bersifat *latent* atau tersembunyi dan membingungkan mereka yang diluar komunitas (Carey, 1989, h. 54).

9. Media adalah pesan. Dalam komunikasi ritual, McQuail (2000, h. 54) mengatakan bahwa "*medium and message are usually hard to separate*".

Mengingat penelitian ini membahas mengenai pemaknaan, maka konsep komunikasi yang digunakan adalah komunikasi yang dilihat melalui perspektif ritual, yang mana konsep ini lebih mengarah kepada pembahasan mengenai suatu keyakinan bersama dan sebagai proses pemeliharaan budaya.

2.4 Etnografi sebagai Studi Kultural

LittleJohn (2008, h. 87) menjelaskan bahwa tradisi sosiokultural memfokuskan kajiannya pada interaksi yang terjadi pada orang-orang yang ada dalam masyarakat, dimana pemaknaan diciptakan dalam interaksi sosial, terutama lewat bahasa dan pemaknaan simbol. Pandangan ini merupakan pijakan utama penelitian ini dalam melihat komunitas ini dan interaksi antar anggotanya, dalam hal ini, komunitas dipandang sebagai subkultural. Moleong (dalam Zakiah, 2008) mendefinisikan istilah etnografi berasal dari kata *ethno* (bangsa) dan *graphy* (menguraikan), sehingga etnografi yang dimaksud adalah usaha untuk menguraikan kebudayaan atau aspek-aspek kebudayaan. Melalui etnografi peneliti

akan melakukan pengamatan lapangan dan observasi yang berusaha untuk memahami fenomena budaya club motor Honda Vario yang sudah lama terbentuk.

Etnografi merupakan salah satu metode penelitian untuk mengamati interaksi yang terjadi pada masyarakat dengan cara senatural mungkin. Sehingga pengalaman yang unik dan mendalam bisa diperoleh.

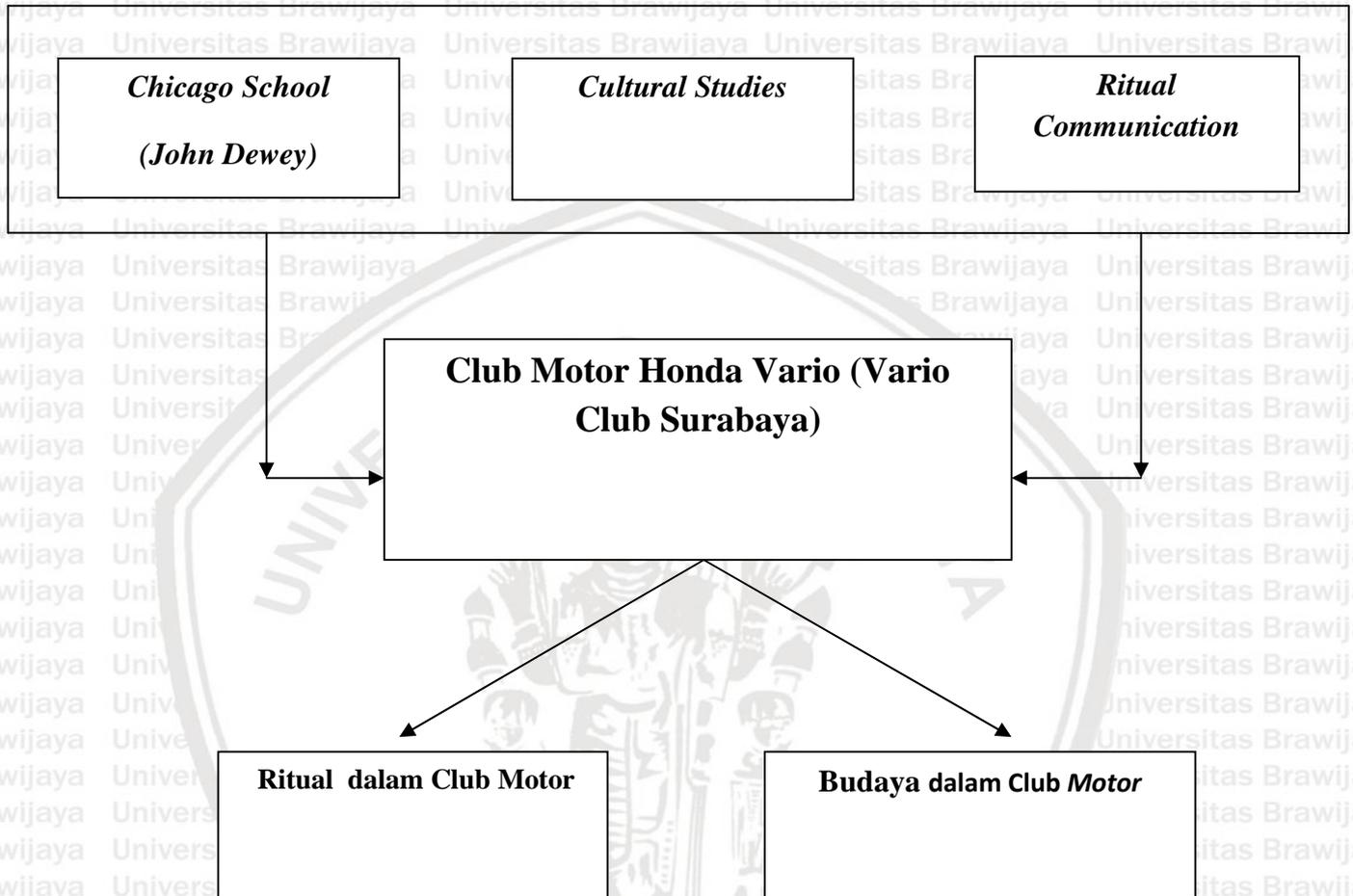
Hammersley dan Atkinson (dalam Barker, 2004, h.29) mengatakan, seorang etnograf berpartisipasi dalam kehidupan masyarakat selama kurun waktu yang relatif lama, memerhatikan apa yang terjadi, mendengarkan apa yang dikatakan dan mengajukan pertanyaan. Tujuannya adalah menghasilkan sebuah deskripsi mendalam dan kompleks termasuk berbagai asumsi yang dituturkan dan diterima apa adanya tentang kehidupan cultural. Secara alami dipandang sebagai penyelidikan mengenai aktivitas hidup manusia. Inti dari etnografi adalah upaya memperhatikan makna tindakan dari kejadian yang menimpa orang yang ingin kita pahami. Spradley (dalam Zakiah, 2008) menjelaskan bahwa makna tersebut terekspresikan secara langsung dalam bahasa, dan banyak yang disampaikan hanya secara tidak langsung melalui kata dan perbuatan. Dalam penelitian ini, etnografi menjadi metode peneliti untuk menganalisis dan menguraikan keseluruhan aspek budaya yang ditampakkan dari club motor Honda Vario serta nilai-nilai yang terkandung di dalamnya.

2.5 Kerangka Pemikiran

Setelah membaca keseluruhan uraian diatas, maka perumusan kerangka berpikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut: club motor dipandang sebagai sebuah fenomena, yang di dalamnya terdapat anggota-anggota yang memiliki latar belakang yang berbeda, namun menjadi satu karena memiliki kesamaan latar belakang kepentingan dan kesamaan hobi. Terjadi interaksi yang kemudian membentuk identitas baik secara individu maupun komunitas. Bagaimana proses dan budaya pada club motor penggemar Honda Vario terbentuk dari imteraksi dan unsur-unsur penting yang ada di dalamnya. Adapun beberapa unsur unik dan penting yang ada di dalam club motor ini adalah seperti budaya komunitas, komunitas dipandang sebagai masyarakat tutur, nilai kemanusiaan di dalam club motor, dan kegiatan bhakti sosial melawan *stereotyping* tentang image genk motor. Semua hasil temuan ini pada mulanya diteliti dengan menggunakan perspektif komunikasi ritual.

Perspektif ritual milik John Dewey yang kemudian dilanjutkan oleh James W. Carey digunakan sebagai dasar teori besar penelitian ini. Sesuai dengan pendekatan interpretatif yang digunakan, penelitian ini berjalan jujur mengikuti realitas yang ada. Teori-teori yang peneliti gunakan merujuk pada data sementara

yang peneliti temukan dilapangan. Adapun bentuk kerangka pemikiran peneliti adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Peneliti
(Sumber: Diolah Peneliti, 2017)

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretatif, yaitu melakukan pemaknaan atas pengalaman sehari-hari individu dengan perilaku sosialnya (Neuman, 2007, h. 43-44). Juga, paradigma ini memandang kebenaran sebagai suatu yang subyektif dan partisipasi peneliti dalam penelitian yang ditekankan, sehingga terdapat lebih sedikit penekanan objektivitas karena sifat objektif yang mutlak sangat tidak mungkin (West & Turner, 2008, h. 74). Paradigma interpretatif dipergunakan karena permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya).

Sesuai dengan paradigma dan permasalahan yang dipilih dalam penelitian ini, maka penelitian ini termasuk ke dalam jenis kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadangkala merupakan sesuatu yang sulit untuk diketahui atau dipahami. Selain itu memahami fenomena yang sulit dipahami, peneliti ingin menggali pengalaman individu dalam mendefinisikan suatu permasalahan dan masyarakat yang menjadi informan bebas mengungkapkan defenisinya tersebut.

Moleong (2007, h.6) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara *holistic* (utuh) dan dengan cara deskripsi dalam

bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah, serta dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah yang salah satunya bermanfaat untuk keperluan meneliti dari segi prosesnya.

Bogdan & Taylor (1975, h. 4-5) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dapat memperlihatkan pengalaman individu menghadapi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari dan mempelajari tentang kelompok dan pengalaman-pengalaman yang mungkin tidak diketahui sebelumnya. Oleh karena itu peneliti sebagai pengumpul data akan turun langsung ke lapangan untuk pengumpulan data.

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara mendalam, analisis dokumen dan observasi. Untuk analisis komunikasi ritual yang ada di dalam club motor peneliti akan menggunakan wawancara mendalam. Peneliti menggunakan metode ini agar memberikan ruang bicara yang luas kepada narasumber dalam memberikan jawaban sesuai dengan *frame of reference* mereka.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah metode etnografi. Istilah Ethnografi berasal dari kata *ethno* (bangsa) dan *graphy* (menguraikan). Etnografi yang akarnya adalah ilmu antropologi pada dasarnya adalah kegiatan penelitian untuk memahami cara orang-orang berinteraksi dan bekerjasama melalui fenomena teramati kehidupan sehari-hari (Deddy Mulyana, 1999). Menurut pemikiran yang dirangkum oleh Deddy Mulyana ini, etnografi

bertujuan menguraikan suatu budaya secara menyeluruh, yakni semua aspek budaya baik yang bersifat material, seperti artefak budaya dan bersifat abstrak, seperti pengalaman, kepercayaan norma dan sistem nilai kelompok yang diteliti.

Sedangkan Frey *et. al.*, (1992:7 dalam Mulyana, 2001, h. 161) mengatakan bahwa etnografi berguna untuk meneliti perilaku manusia dalam lingkungan spesifik alamiah.

Jensen and Jankowski (2002) menempatkan etnografi sebagai sebuah pendekatan. Etnografi tidak dilihat sebagai alat untuk mengumpulkan data tetapi sebuah cara untuk mendekati data dalam meneliti fenomena komunikasi.

Penelitian etnografi adalah prosedur penelitian kualitatif untuk menggambarkan, menganalisis, dan menafsirkan pola kelompok budaya berdasarkan perilaku, keyakinan, bahasa, yang berkembang dari waktu ke waktu (Creswell, 2012).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode etnografi karena ingin melihat interaksi dan budaya yang ditampilkan oleh club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya).

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) sebagai subyek penelitian. Dimana di dalamnya terdapat aktivitas yang dilakukan bersama-sama dengan latar belakang hobi dan keyakinan yang sama pula sehingga terdapat nilai-nilai yang berusaha dikukuhkan. Dalam kajian komunikasinya, dengan menggunakan kajian tentang komunikasi ritual Chicago

School *cultural studies* amerika club motor dipandang sebagai bentuk komunikasi yang menghasilkan nilai dan budaya.

3.4 Unit Analisis Data

Unit analisis data adalah sesuatu yang berkaitan dengan fokus yang diteliti oleh peneliti. Unit analisis suatu penelitian dapat berupa benda, individu, kelompok, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus penelitiannya. Dalam penelitian ini unit analisisnya berupa club motor penggemar Honda Vario (Vario Club Surabaya). Untuk lokasi penelitian, peneliti melakukan penelitian di Kota Surabaya karena club motor yang bersangkutan berada di Kota Surabaya.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Neuman (2007, h. 417) menjelaskan bahwa data kualitatif adalah dalam bentuk teks, kata-kata tertulis, frase-frase, atau simbol-simbol yang mendeskripsikan atau mempresentasikan orang-orang, tindakan-tindakan, dan peristiwa-peristiwa dalam kehidupan sosial.

Menurut Bogdan & Bigklen (1982, h. 106) bahwa yang dimaksud dengan data adalah bahan-bahan kasar (*rough materials*) yang dikumpulkan para peneliti dari dunia (lapangan) yang ditelitinya; bahan-bahan itu berupa hal-hal khusus yang menjadi dasar analisa. Data meliputi bahan-bahan yang direkam secara aktif oleh orang yang melakukan studi, seperti transkrip wawancara dan catatan dari lapangan hasil observasi perlibatan. Data juga meliputi apa-apa yang diciptakan

orang lain dan yang ditemukan peneliti, misalnya buku harian, foto, dokumen resmi, dan artikel surat kabar.

3.6 Informan dan Metode Pemilihan Informan

Metode pemilihan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara purposif. Sumber data yang digunakan disini tidak sebagai sumber data yang mewakili populasinya, tetapi mewakili informasi. Berdasar kepada akses tertentu yang dianggap mewakili informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang secara mendalam dan dapat dipercaya sebagai sumber yang mantap (Spardley & James, 1997, h. 40).

Teknik pemilihan informan secara purposif memilih informan secara sengaja dan tidak acak. Informan yang dipilih adalah mereka yang memang diasumsikan dapat memberi informasi sehubungan dengan penelitian ini atau disebut juga dengan *information rich cases*.

Adapun kriteria yang peneliti tetapkan untuk menentukan informan dalam penelitian ini adalah:

- a). Informan telah tergabung dalam club motor Honda Vario selama 1 tahun atau lebih, selalu mengikuti perkembangan otomotif, dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti terkait pola komunikasi dan interaksi anggota.
- b). Informan merupakan anggota aktif club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya). Anggota dalam hal ini adalah anggota yang secara rutin

mengikuti kegiatan kopi darat (*kopdar*) Vario Club Surabaya setiap minggunya dan melakukan interaksi dengan anggota lainnya.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Seorang peneliti lapangan tidak mengeliminasi pandangan subjektif untuk memperoleh data yang berkualitas; namun, data yang kualitas mencakup respon dan pengalaman subjektif. Data lapangan yang berkualitas merupakan deskripsi yang terinci dari penenggelaman peneliti dan pengalaman otentik di dalam dunia sosial para anggotanya (Neuman, 2008, h. 368).

a). Wawancara

Peneliti mengumpulkan data penelitian dengan melakukan wawancara mendalam. Dengan wawancara peneliti dapat secara aktif berkomunikasi dan mengonstruksikan data tentang hidupnya.

Wawancara merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, actor) sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti. (Patton & Quinn, 2002, h. 132). Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba antara lain adalah mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan: merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai

yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang; memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia, dan memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota (Moleong, 2004, h. 135).

Agar mendapat data yang diharapkan, maka peneliti menggunakan teknik wawancara *interview guide* yang di kemukakan Patton yaitu dengan membuat panduan pertanyaan wawancara untuk menggali pertanyaan guna mendapatkan pemahaman yang mendalam (Patton & Quinn, 2002, h. 343-344). Kelebihan dari bentuk wawancara ini adalah fokus penelitian tetap terjaga, dan bisa digunakan dalam waktu yang terbatas serta lebih sistematis.

b). Observasi Non-Partisipan

Observasi partisipan adalah metode tradisional yang digunakan dalam antropologi dan merupakan saran untuk peneliti masuk ke dalam masyarakat yang akan ditelitinya Bogdan (dalam Suwarno, 2011, h. 49) mendefinisikan observasi partisipan sebagai peneliti yang bercirikan interaksi sosial antara peneliti dengan subjek penelitian dalam lingkungan subjek, dan selama itu data dalam bentuk catatan lapangan dikumpulkan secara sistematis dan berlaku tanpa gangguan. Peneliti cukup berada pada setiap situasi yang diinginkan untuk dipahami. Dimana, peneliti ikut

terlibat langsung dalam aktivitas yang sedang dilakukan oleh subjek selama penelitian. Adapun observasi non partisipan yang peneliti lakukan antara lain:

1. Peneliti mengikuti kegiatan rutin Kopi Darat (*kopdar*) Vario Club Surabaya untuk mencermati peristiwa komunikasi khas yang muncul.
2. Peneliti mengikuti berbagai macam kegiatan yang diagendakan oleh anggota club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) seperti family gathering dan bhakti sosial.

d). Dokumentasi

Peneliti menggunakan metode dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan cara mencari dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian. Dokumen dalam penelitian ini dapat berupa gambar, daftar anggota, daftar koleksi, dan dokumen lainnya yang dapat membantu mempercepat proses penelitian.

3.8 Teknik Analisis Data

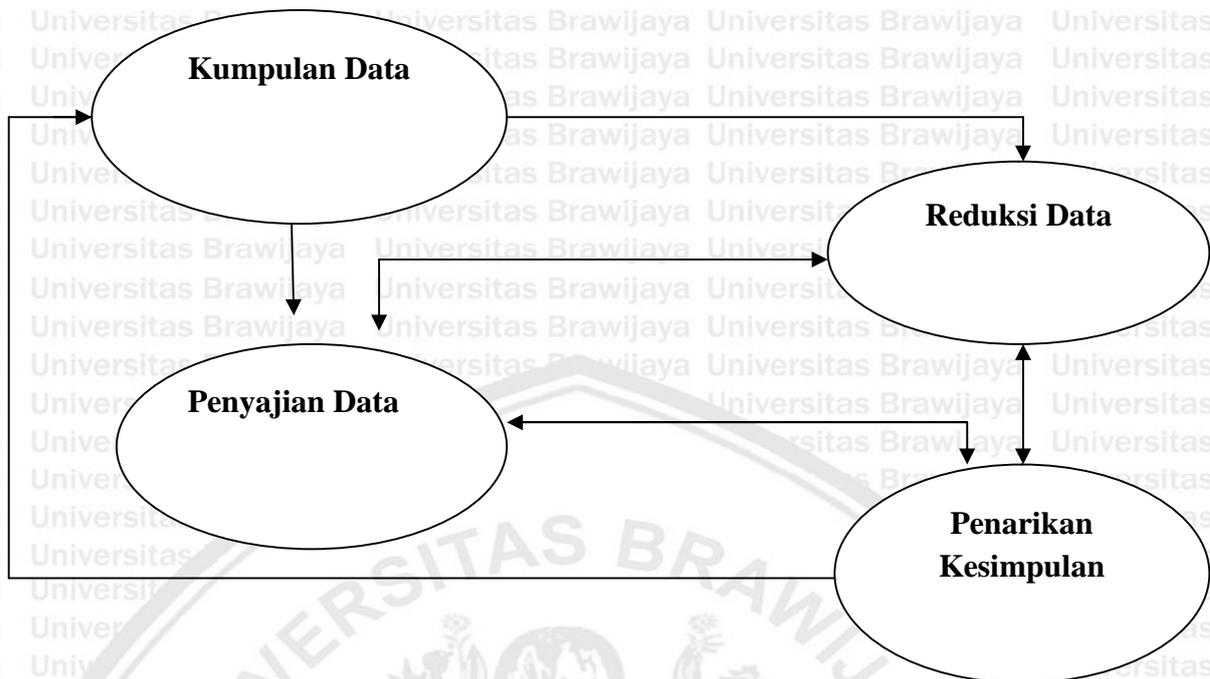
Neuman (2000, h. 426) berpendapat bahwa analisis data merupakan suatu pencarian (*search*) pola-pola dalam data – perilaku yang muncul, objek-objek atau badan pengetahuan (*a body knowledge*). Sekali suatu pola itu diidentifikasi, pola itu diinterpretasi ke dalam istilah-istilah teori sosial atau latar dimana teori sosial itu terjadi. Peneliti kualitatif pindah dari deskripsi peristiwa historis atau latar sosial ke interpretasi maknanya yang lebih umum. Analisis data mencakup

menguji, menyortir, mengkategorikan, mengevaluasi, membandingkan, mensintesis, dan merenungkan (*contemplating*) data yang direkam juga meninjau kembali data mentah dan terekam.

Peneliti kualitatif menggunakan analisis induktif, yang berarti bahwa kategori, tema dan pola berasal dari data. Kategori-kategori yang muncul dari catatan lapangan, dokumen, dan wawancara tidak ditentukan sebelum pengumpulan data (Denzin & Lincoln, 1998:47).

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak awal peneliti terjun ke lapangan, yakni sejak peneliti melakukan pertanyaan-pertanyaan dan catatan-catatan lapang. Seperti yang Patton (1980, h. 295) katakan bahwa analisa data kualitatif yang dihimpun dari wawancara mendalam dan catatan lapangan berasal dari pertanyaan-pertanyaan yang dihasilkan pada proses paling awal dalam penelitian; selama pembuatan konseptual; dan fase pertanyaan memfokus pada penelitian. Singkatnya analisis data itu dilakukan dalam dua tahapan, yaitu selama proses pengumpulan data dan pada akhir pengumpulan data.

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman (dalam Neuman, 2006, h. 91) menjelaskan bahwasannya aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus hingga tuntas, sehingga datanya menemukan *saturation* atau titik jenuh. Aktivitas analisis data model interaktif Miles dan Huberman terdiri dari proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.



Sumber : Miles dan Huberman

1. Reduksi Data

Dari lokasi penelitian, data lapangan dituangkan dalam uraian laporan yang lengkap dan terinci. Data dan laporan lapangan kemudian direduksi, dirangkum, dan kemudian dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan untuk dipilih yang terpenting kemudian dicari tema atau polanya (melalui proses penyuntingan dan proses refleksi data). Reduksi data dilakukan terus menerus selama proses penelitian berlangsung. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berasal dari wawancara, observasi partisipasi dan analisis dokumen yang kemudian data tersebut dirangkum dan di seleksi sehingga akan memberikan gambaran yang jelas kepada penulis.

2. Penyajian Data

Penyajian data (display data) dimasukkan agar lebih mempermudah bagi peneliti untuk dapat melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari data penelitian. Hal ini merupakan pengorganisasian data kedalam suatu bentuk tertentu sehingga kelihatan jelas sosoknya lebih utuh. Data-data tersebut kemudian dipilah-pilah dan disisihkan untuk disortir menurut kelompoknya dan disusun sesuai dengan kategori yang sejenis untuk ditampilkan agar selaras dengan permasalahan yang dihadapi, termasuk kesimpulan-kesimpulan sementara diperoleh pada waktu data direduksi. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data yang paling sering digunakan adalah teks yang bersifat naratif (Neuman, 2003, h. 188).

3. Penarikan Kesimpulan / Verifikasi

Pada penelitian kualitatif, verifikasi data dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian dilakukan. Sejak pertama memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data, peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari makna dari data yang dikumpulkan, yaitu mencari pola tema, hubungan persamaan, hipotesis, dan selanjutnya dituangkan dalam bentuk kesimpulan yang masih bersifat tentatif.

3.9 Keabsahan Data

Setiap penelitian yang dilakukan harus dapat dinilai kualitasnya. Untuk kualitas sebuah penelitian kualitatif terletak pada proses sewaktu peneliti turun ke lapangan mengumpulkan data dan pada saat proses analisis – interpretif data (Kriyantono, 2007, h. 70). Penelitian ini menggunakan *goodness criteria* untuk mengukur kualitas penelitiannya.

1. *Trustworthiness*

Trustworthiness menguji kebenarannya dan kejujuran subjek dalam mengungkap realitas menurut apa yang dialami, dirasakan, atau dibayangkan.

Hal ini dapat dikatakan bahwa subjek penelitian harus kredibel dan dapat dipercaya. Pengujian terhadap jawaban terkait dengan pengalaman subjek dibutuhkan untuk memperoleh kualitas penelitian. Subjek yang tidak memiliki pengalaman dan pengetahuan mengenai masalah penelitian dirasa tidak dapat menjadi subjek yang kredibel “(Kriyantono, 2007, h. 71).

Trustworthiness digunakan agar penelitian lebih bersikap peka dan tanggapan terhadap jawaban – jawaban yang dilontarkan oleh informan. Setiap jawaban yang diperoleh akan ditinjau ulang agar lebih meyakinkan. Untuk menetapkan *trustworthiness* diperlukan teknik pemeriksaan. Pemeriksaan keabsahan data ini berfungsi untuk melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai serta menunjukkan derajat kepercayaan hasil – hasil penerimaan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti (Moleong, 2011, h. 324).

Trustworthiness dibangun dari empat kriteria (Moleong, 2011, h. 324) :

- Kepercayaan (*credibility*). Kriteria ini berfungsi untuk melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai dan mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil – hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.

- Keteralihan (*transferbility*). Keteralihan sebagai persoalan empiris bergantung pada kesamaan antara konteks pengirim dan penerima. Untuk melakukan pengalihan tersebut seorang peneliti hendaknya mencari dan mengumpulkan kejadian empiris tentang kesamaan konteks. Dengan demikian peneliti bertanggungjawab untuk menyediakan data deskriptif secukupnya jika ia ingin membuat keputusan tentang pengalihan tersebut. Untuk keperluan itu peneliti harus melakukan penelitian kecil untuk memastikan usaha memverifikasi tersebut.

- Kebergantungan (*dependability*). Yaitu sejauh mana peneliti mampu mengkonseptualisasikan secara benar apa yang akan diteliti, dan konsistensi peneliti dalam keseluruhan proses penelitian (pengumpulan data, analisa, interpretasi data).

- Kepastian (*confirmability*). Mengacu pada tingkatan ketika hasil penelitian dapat dikonfirmasi oleh pihak lain atau dengan penelitian lain.

2. Authenticity

Kriteria ini mengacu pada otentitas atau keaslian penelitian dengan harapan temuan penelitian benar – benar merupakan refleksi otentik dari subyek penelitian. Kriteria ini terdiri dari *ontological authenticity*

(meluaskan konstruksi personal) dan *educative authenticity* (mengarahkan untuk pemahaman lainnya), serta *tactical authenticity* (sejauh mana hasil penelitian bisa menciptakan atau mematahkan hegemoni atau mengubah kondisi yang sudah ada).



BAB IV

PENYAJIAN DATA

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Profil Vario Club Surabaya

Vario club surabaya adalah club motor Honda Vario yang berdomisili di kota Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Vario Club Surabaya berada dibawah naungan Surabaya Honda Community (SHC), Association of Vario East Java (AVAST), serta Paguyuban Vario Nusantara (PVN). Pertama kali terbentuknya club motor ini ketika 3 orang pengguna motor Honda Vario yang bertemu di servisian Honda simpang Surabaya. Setelah mereka menyervis motor, ketiga orang ini lalu melanjutkan perbincangan ditempat nongkrong. Disaat ketiga orang sedang asyik mengobrol tiba-tiba tercetus ide untuk membentuk komunitas motor. Bapak Yuda, Bapak Meidy, Bapak Dewo merupakan pencetus lahirnya club motor Honda Vario. Vario Club Surabaya didirikan di Surabaya pada tanggal 18 juli 2007 dan mendeklarasikan diri pada tanggal 23 juli 2007. Hingga saat ini tercatat sudah memiliki kurang lebih 105 anggota aktif di dalam club tersebut.

Vario Club Surabaya memiliki peraturan AD/ART(Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga) yang wajib dipatuhi oleh semua member club. Vario Club Surabaya dibentuk atas kesadaran berkumpul, berorganisasi, kesamaan minat dan hobi otomotif motor vario dari member maupun prospek. Vario Club

Surabaya dibentuk berawal dari persamaan rasa dan jiwa memiliki pada saat menjadi anggota aktif, sehingga Vario Club Surabaya bersifat kekeluargaan, aktif berkarya, mengembangkan potensi masing-masing anggota dalam naungan Vario Club Surabaya dan tidak mencari keuntungan financial pribadi serta bukan merupakan organisasi yang bermuatan politis. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Vario Club Surabaya meliputi, kopi darat (*kopdar*) wajib sabtu malam minggu, *family gathering*, bersih-bersih taman, bhakti sosial, dan donor darah.

Selain itu, club ini mempunyai visi dan misi yang nantinya dijadikan sebagai pedoman oleh semua member. Visi dari Vario Club Surabaya ialah memberikan edukasi positif kepada masyarakat mengenai aktifitas club motor, membentuk kekeluargaan sesama pengguna motor Vario. Selanjutnya, misi dari Vario Club Surabaya adalah menjalin tali persaudaraan antar club Honda dan merk lainnya serta menjadi pelopor keselamatan berlalu lintas. Perbedaan Vario Club Surabaya dengan club vario yang lain adalah club VCS resmi di support oleh Honda MPM dan tidak membedakan type motor. (Semua type Honda Vario bisa ikut bergabung).

Sejak awal terbentuknya Vario Club Surabaya, mempunyai tujuan untuk menambah persaudaraan, teman dan *sharing-sharing* tentang perkembangan motor. Eksis mulai 2007 hingga sekarang, Vario Club Surabaya sering diundang oleh paguyuban Honda sebagai pelopor keselamatan berkendara. Karena mayoritas dari semua member VCS memiliki kelengkapan motor yang telah dimodifikasi sesuai fungsinya dan tetap mengutamakan *safety riding*. Contohnya menambahkan box side, bel, lampu, alarm dan lain-lain. Keanggotaan dari vario

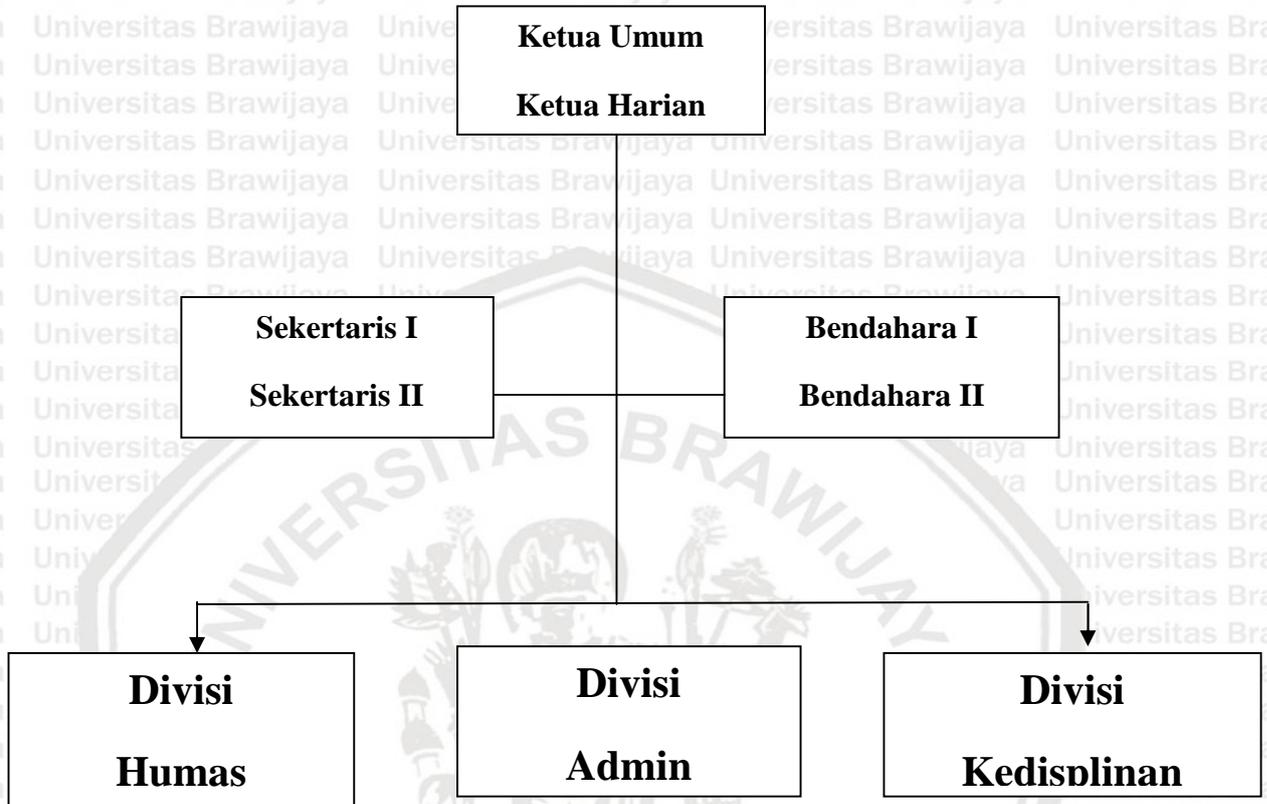
club Surabaya terdiri dari anggota tetap (MEMBER) dan anggota tidak tetap (PROSPEK). Member adalah anggota yang bergabung selama lebih dari sembilan bulan dan yang bersangkutan sudah mengikuti diklat resmi yang diadakan oleh pengurus. Member Prospek adalah anggota yang sudah melalui kopdar sebanyak tiga kali dan telah memenuhi syarat-syarat registrasi melalui sekertaris organisasi.



Gambar 4.1 Logo Vario Club Surabaya

(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

4.1.2 Susunan Kepengurusan VCS



A. Ketua Umum

- Menjalankan roda organisasi sesuai dengan AD/ART
- Bertanggung jawab atas keberlangsungan organisasi
- Mewakili organisasi dalam forum-forum internal

B. Ketua Harian

- Menggantikan sementara tugas ketua umum apabila berhalangan
- Memimpin forum kopdar dan internal

C. Sekretaris

- Bertanggung jawab penuh atas administrasi organisasi

- Menjalankan roda organisasi sesuai dengan AD/ART

D. Bendahara

- Bertanggung jawab penuh atas keuangan organisasi

E. Divisi Humas

- Bertanggung jawab atas hubungan dengan eksternal organisasi
- Berkewajiban penuh untuk membimbing anggota prospek dan menjadi penengah ada perselisihan antar personal

F. Divisi Kedisiplinan

- Menjalankan organisasi sesuai dengan AD/ART dan aturan lainnya
- Bertanggung jawab atas kedisiplinan dan ketertiban seluruh anggota member maupun prospek saat menjalani kegiatan kopdar.

4.2 Kegiatan Vario Club Surabaya

Dalam club motor ini, ada beberapa kegiatan rutin yang biasa diselenggarakan. Adapun beberapa kegiatannya antara lain; kopi darat (*kopdar*) wajib sabtu malam, *family gathering* (Kopi Santai), bhakti sosial, bersih-bersih taman, dan donor darah. Masing-masing kegiatan dilakukan di waktu yang berbeda-beda, dengan jenis kegiatan yang berbeda-beda pula. Kegiatan-kegiatan ini adalah rangkaian kegiatan ritual yang dilakukan oleh Vario Club Surabaya.

4.2.1 Forum Kopi Darat (*kopdar*)

Kegiatan paling ritual dari club motor ini adalah kegiatan Kopi Darat atau *kopdar*. Kegiatan *kopdar* dalam sejarah pembentukan club adalah kegiatan inti yang diharapkan menjadi wadah bagi para pecinta otomotif untuk sama-sama berbagi *passion* dan kesenangan ketika ingin bertemu disuatu tempat. Dalam Vario Club Surabaya kegiatan *kopdar* wajib diikuti oleh semua anggota member maupun prospek. *Kopdar* wajib diselenggarakan setiap hari sabtu malam pukul 22.00 WIB bertempat di Jalan Basuki Rahmad (depan dealer Ramayana) Surabaya serta melaksanakan *city rolling* setelah *kopdar* berakhir. *City Rolling* merupakan rangkaian dari kegiatan *kopdar* yang bertujuan sebagai ajang mengekskiskan club dengan maksud agar masyarakat awam yang melihat mengetahui keberadaan Vario Club Surabaya.

Kegiatan *kopdar* sejauh ini adalah kegiatan yang memiliki tingkat antusiasme paling tinggi. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini bisa menghadirkan member hingga 50 orang. Mereka berkumpul bersama-sama di suatu tempat yang

telah disepakati untuk menyalurkan kesenangan minat dan hobi otomotif motor Honda Vario. *Rider* yang hadir dalam kegiatan ini tak terbatas pada gender dan usia tertentu saja, kehadiran member perempuan turut meramaikan kegiatan *kopi darat* ini.

Pada awal kedatangan ke lokasi *kopdar*, member yang datang lebih awal membuat pola parkir kendaraan mereka sejajar satu garis pertama. Berikutnya motor member lain yang datang akan menyesuaikan urutan sesuai dengan pola parkir yang biasa dilakukan. Kemudian member bersalaman dan menyapa member lainnya yang datang lebih awal.



Gambar 4.2 Suasana disaat kopdar Vario Club Surabaya

(Sumber: Instagram club @_vcsofficial)

Setelah dirasa sudah banyak member yang hadir, didalam kegiatan *kopdar* ini terdapat forum yang dipimpin langsung oleh Ketua Harian.

“Sebenarnya ketua harian tugasnya sama dengan wakil, kita di Vario Club Surabaya kenapa tidak ada wakil tapi adanya Ketum(Ketua Umum) dan Kahar(Ketua Harian). Karena kita pikir wakil itu kuatirnya tidak aktif, dan itu tugasnya juga beda. Ketua Harian untuk memimpin *kopdar*, memimpin kapan rapat, berhubungan dengan intern club. Kalau ketua umum lebih ke Jawa Timur dan Nusantara.” (Data diperoleh peneliti dari hasil wawancara, 2016)

Komunikasi antar member berjalan komunikatif. Terlihat member ataupun prospek sangat menikmati forum *kopdar* ini. Semua member asik mengobrol membicarakan hal-hal yang berhubungan dengan otomotif tanpa memperdulikan kondisi jalanan yang ramai. Mereka duduk-duduk santai dibahu jalan sambil mendengarkan arahan yang diberikan oleh Ketua harian(Kahar). Pembahasan diforum biasanya membicarakan tentang event-event minggu depannya, pemberitahuan temen-temen prospek yang *ugal-ugalan* yang tidak membawa nama baik Vario Club Surabaya diarahkan, setiap minggunya dievaluasi. Semua anggota berhak mengajukan ide dan gagasan untuk dilaksanakan bersama dalam organisasi. Untuk atribut yang digunakan, member wajib menggunakan kemeja khusus dengan dominasi warna hitam dan oranye yang berlogo Vario Club Surabaya dibagian punggungnya. Kemeja ini dipakai hanya pada saat *kopdar*, ada pula rompi khusus yang digunakan untuk event-event tertentu atau touring ke luar kota. Kemudian ditambah kelengkapan penunjang keselamatan berkendara seperti; sepatu, jaket, sarung tangan, dan helm.

4.2.2 Family Gathering (Kopi Santai)

Family gathering atau biasanya para member sering menyebutnya *kopsan* (Kopi Santai). Aktifitas komunikasi yang santai, yang tidak selalu membahas tentang hobi otomotif terjadi dalam sesi kegiatan *kopsan* ini. Kegiatan ini bertujuan untuk saling mengakrabkan antar member, mengenal karakter pribadi masing-masing member, dengan harapan menimbulkan rasa solidaritas. Agenda kegiatan *kopsan* lebih flexible, tergantung ajakan dari pengurus atau dari group komunikasi club pada aplikasi *Whatsapp*. Member yang hadir tidak sebanyak disaat *kopdar*, dikarenakan masing-masing memiliki kesibukan diluar aktifitas club.

“Kalau ada member yang mau ajak kumpul atau sharing, langsung aja di share di group *Whatsapp*... dimana dan jam berapa” (Informan, 2016)

Aktifitas komunikasi yang terjadi dalam kegiatan ini bersifat tidak formal dan cenderung berjalan apa adanya. Hal-hal yang dibicarakan dalam kegiatan ini tidak melulu *sharing* tentang motor ataupun seputar otomotif. Mereka berbincang tentang apa yang menjadi *hot news* di media akhir-akhir ini, mulai dari olahraga, gossip artis, politik, bahkan ada yang sampai curhat tentang kehidupan pribadinya. Karena mayoritas member dari Vario Club Surabaya berstatus pekerja dan sudah banyak yang memiliki momongan.

“Kebanyakan para member ngomongin masalah kehidupan mas, entah itu masalah pasangan, pekerjaan atau bisa dikatakan ujung-ujungnya lebih ke curhat sih mas hahaha...”(Data diperoleh peneliti dari hasil wawancara,2016)

Untuk beberapa saat mungkin terjadi obrolan yang serius tentang persiapan kegiatan selanjutnya yang akan diselenggarakan club. Wacana-wacana pengembangan club juga sering terjadi. Untuk pakaian yang digunakan, tidak ada pakaian khusus. Mereka yang hadir dalam kegiatan ini berpakaian senyamannya.

Kebanyakan menggunakan kaos & jaket, celana jeans, dan sepatu.

Untuk kegiatan *kopsan*, member Vario Club Surabaya biasanya memilih *Warkop* (warung kopi) sebagai tempat favorit yang berada di tengah kota Surabaya. Tempat ini terletak di jalan Marmoyo sebelah masjid Al-Falah. Layaknya *warkop* pada umumnya, tempat ini menjual berbagai jenis minuman sachet, gorengan, dan nasi bungkus. Harga yang ditawarkan juga tidak terlalu mahal, untuk minuman mulai dari 3ribu rupiah. Tempatnya yang (*indoor*) sangat cocok dengan karakter anak club yang identik dengan kebebasan. Kopi santai (*kopsan*) bisa dilakukan di pagi hari, sore hari, malem hari ataupun seharian penuh.

4.3 Budaya Club Motor Honda Vario (VarioClubSurabaya)

Selama beberapa tahun berdiri, komunitas ini telah menghasilkan budaya bentukan yang didalamnya terdapat nilai-nilai yang mencirikan club motor ini. Hal-hal yang membuat club motor ini berbeda, yang mungkin hanya diketahui oleh para anggotanya saja. Adapun beberapa hasil budaya komunitas yang peneliti ingin jelaskan didalam sub-bab ini antara lain: 1) Artefak, 2) Nilai, dan yang terakhir adalah 3) Asumsi yang berlaku di dalam komunitas (Schein dalam Miller, 2011, h. 104).

4.3.1 Artefak dalam Vario Club Surabaya

Schein (dalam Miller, 2011, h. 104) menjelaskan bahwa artefak dalam budaya organisasi adalah level yang paling tampak atau terlihat yang diciptakan oleh sebuah organisasi. Dalam kasus ini yakni segala hasil budaya yang memiliki bentuk dan terlihat di dalam club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) meliputi antara lain; bahasa, benda-benda hasil produksi club (termasuk dokumentasi), identitas lewat kostum, dan beberapa hal lainnya.

Dalam berkomunikasi para member club motor Honda Vario menggunakan tidak terbatas hanya pada satu bahasa saja, melainkan beberapa bahasa. Adapun dalam sub bab ini, bahasa merupakan salah satu artefak, yakni sesuatu yang jelas tampak pada club motor Honda Vario (VCS). Bahasa terbagi atas beberapa jenis, yakni bahasa verbal, non verbal dan parabahasa. Adapun jenis bahasa verbal yang biasa digunakan oleh member club yakni; bahasa Jawa Suroboyoan (digunakan karena mayoritas pengurus berasal dari Jawa Timur), serta bahasa Indonesia.

Dalam pembahasan bahasa verbal, juga tak lupa club memiliki istilah-istilah tersendiri yang hanya anggota atau member club yang mengetahui maknanya, atau yang menurut Lawrence Neuman (200, h. 420) disebut sebagai 'argot'. Beberapa istilah yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari member club seperti; 'Gass' adalah istilah untuk ajakan segera bertemu atau menuju kesuatu tempat. Sedangkan untuk sebutan antar member, sehari-hari

mereka biasa menggunakan 'bro' untuk lawan bicara yang seumuran, dan 'mas' untuk yang lebih tua.

Perihal bahasa non verbal, para member club membahasakan bahwa mereka adalah bagian dari club motor melalui kostum atau aksesoris motor pada motor yang digunakan. Untuk forum kopdar misalnya, para member club yang hadir wajib mengenakan kostum atau *atribut* yang berhubungan dengan club motor Honda Vario, mulai dari stiker motor, rompi, kemeja, dan lain-lain yang sekiranya bisa menunjukkan identitas anggota.

Perihal penggunaan atribut sebagai bahasa dan identitas, peneliti menemukan adanya pembagian kasta didalamnya. Stiker yang ditempel dibagian belakang motor adalah identitas penting untuk menunjukkan member telah tergabung dalam Vario Club Surabaya. Namun penggunaan stiker ini dibedakan menjadi dua bagian, yaitu 'member club' dan 'member prospek'. Member club adalah anggota yang bergabung selama lebih dari sembilan bulan dan yang bersangkutan sudah mengikuti diklat resmi yang diadakan oleh pengurus. Member Prospek adalah anggota yang sudah melalui kopdar sebanyak tiga kali dan telah memenuhi syarat-syarat registrasi melalui sekretaris organisasi. Melihat perbedaan ini, peneliti bisa mengasumsikan bahwa adanya perbedaan antara member yang baru masuk dan member yang sudah lama tergabung dengan club. Perbedaan ini diberlakukan karena untuk memantau member yang baru masuk agar tetap dalam pengawasan pengurus club. Member prospek akan dipantau melalui absen kehadiran.



Gambar 4.3 Stiker Vario Club Surabaya

(Sumber: Dokumen Peneliti)

Stiker bertuliskan Vario Club Surabaya Brotherhood ini adalah stiker resmi yang dibuat oleh pengurus club. Terlihat pula perbedaan yang sangat jelas antara stiker untuk 'member club' dan 'member prospek'. Serta member yang terdaftar di kepengurusan club akan mendapatkan nomer lambung sesuai urutan pendaftaran.

Perihal penggunaan pakaian sebagai identitas club, Vario club Surabaya mempunyai dua model pakaian, yaitu '*rompi*' dan '*kemeja*'. Member club wajib memiliki dua model pakaian ini. Dua model pakaian ini dibuat resmi oleh pengurus club sebagai identitas wajib member yang harus dikenakan disaat *kopdar* maupun agenda touring ke luar kota.



Gambar 4.4 Rompi dan Kemeja Vario Club Surabaya

(Sumber: Instagram club @_vcsofficial)

Model pertama yaitu rompi. Rompi ini dibuat khusus dengan bahan kulit yang bertujuan agar pemakaiannya bisa tahan lama. Rompi biasanya digunakan pada saat member touring ke luar kota atau kunjungan ke club lain. Model kedua yaitu kemeja. Kemeja terlihat lebih simple namun tetap menandakan identitas club dengan adanya bordiran logo club dibelakang punggung. Kemeja ini sering kali terlihat dipakai oleh member disaat *kopdar*. Menurut informan odi winod (informan,2015), secara kegunaan aslinya sama saja, yang menjadi point penting

disini ketika semua member menggunakan pakaian yang seragam, nampak lebih kompak dan mencirikan sebagai anggota dari Vario Club Surabaya.

4.3.2 Nilai dalam Vario Club Surabaya

4.3.2.1 *Humanity Values*

Club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) memiliki sisi *humanity values* yang terlihat pada setiap kegiatannya. Mematahkan *stereotyping* akan *image* club motor yang negatif yang identik dengan hal-hal yang merugikan, club motor ini muncul dengan menawarkan identitas baru sebagai penggemar motor Honda Vario yakni dengan menjunjung tinggi *humanity values*. *Humanity values* yang dimasukkan pada club motor ini, tergambar dalam kegiatan bakti sosial (*baksos*), *charity* serta menganut sistem kekeluargaan.

Dalam Vario Club Surabaya, kegiatan *baksos* adalah kegiatan yang bisa dibilang rutin dilakukan setiap 2 bulan sekali. Kegiatan *baksos* ditujukan untuk orang-orang yang membutuhkan, Vario Club Surabaya mengunjungi panti asuhan disekitaran kota Surabaya. Para member memberikan santunan secara sukarela yang sekiranya masih pantas untuk diberikan.



Gambar 4.5 Kegiatan Baksos di Panti Asuhan

(sumber: Dokumentasi VCS)

Kegiatan *baksos* ini sesuai dengan visi dan misi club yang akan lebih menggiatkan anggotanya untuk dapat bersosialisasi kepada masyarakat. Vario Club Surabaya juga memiliki uang kas yang dikelola oleh pengurus club. Seluruh anggota member maupun prospek berkewajiban untuk mengumpulkan iuran sukarela untuk kas organisasi. Iuran uang kas ini diperoleh pada saat member berkumpul di tempat *kopdar*. Kas yang terkumpul akan digunakan untuk kegiatan Vario Club Surabaya.

Selanjutnya peneliti akan berbicara mengenai *humanity values* dalam poin 'sistem kekeluargaan'. Dari awal terbentuknya club motor, telah disepakati oleh semua member bahwa apabila terjadi konflik yang memecah belah club akan diselesaikan secara musyawarah mufakat. Baik itu masalah di dalam club atau

masalah diluar club. Vario Club Surabaya membebaskan anggotanya untuk berkarya namun ada batasan-batasan yang harus diketahui.

Informan 2 mengatakan kepada peneliti apabila didalam club terjadi konflik antar member atau antar club lain, maka informan 2 sebagai humas mengarahkan jangan sampai ada kejadian seperti itu lagi.

“Karena kita sesama club, satu club tolong kesadarannya menjaga solidaritas. Kalau memang masalahnya berkelanjutan, kita adakan musyawarah, kita kumpulkan semua member beserta pengurusnya. Kita ajak diskusi enaknya gimana dan harus sampai clear masalahnya.”

Vario Club Surabaya dalam melaksanakan organisasinya, terdapat campur tangan ketua sebagai pimpinan di club. Ketua memiliki tanggung jawab untuk menjalankan roda organisasi sesuai dengan AD/ART . Ketua juga memiliki tugas untuk mengayomi dan membimbing semua member agar tidak terpecah belah.

Berikut ini pernyataan informan 4 sebagai ketua umum di Vario Club Surabaya,

“Saya sudah sering sampaikan ke temen-temen VCS mas.. yang terpenting itu ada 3 hal,, saling menghormati, bertoleransi dan sadar diri. 3 hal ini bener-bener harus diterapkan di temen-temen VCS Sendiri. kalau salah satu dari member tidak punya rasa seperti itu nantinya akan timbul rasa ya.. kayak nesu gitu.. bisa hilang tiba-tiba. Alhamdulillah di VCS sendiri untuk masalah seperti itu kita terbuka mas.. apabila ada gesekan antar member langsung kita selesaikan, begitupun di forum mas.. intinya kalau ada masalah harus dibicarakan baik-baik.”

Disini sangat terlihat sosok ketua sangat dibutuhkan oleh member sebagai contoh pemimpin yang peduli dengan anggotanya.

Adapun kegiatan *charity* yang ditujukan untuk membantu korban bencana alam atau peringatan hari-hari besar. Kegiatan ini tidak wajib diikuti oleh semua

member, karena kegiatan ini bersifat dadakan. Biasanya dilakukan penggalangan dana di tempat umum.

4.4 Deskripsi informan

Dalam proses pencarian data penelitian, peneliti melakukan wawancara pada lima informan yang tergabung dalam Vario Club Surabaya di kota Surabaya.

Pemilihan kelima informan tersebut berdasarkan pada keikutsertaan informan dalam Vario Club Surabaya di kota Surabaya yang sudah cukup lama, yakni kisaran waktu lebih dari dua tahun. Selain itu, pemilihan informan juga didasarkan pada latarbelakang informan yang dilihat dari sisi kesamaan minat dan hobi otomotif, sesuai dengan tema penelitian, maka informan yang dipilih ialah anggota atau member yang aktif dalam kegiatan club.

Pada kesempatan – kesempatan sebelumnya, peneliti sering terlibat perbincangan lain mengenai ketertarikan informan dengan club motor dan cerita – cerita mengenai kehidupan informan sebagai suatu hal yang digali oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

4.4.1 Informan 1

Informan 1 memiliki nama lengkap Odi Winod, dan biasa dipanggil Odi.

Dalam kesehariannya Odi berprofesi sebagai *bussines man* yang meneruskan usaha bapaknya dibidang properti. Informan 1 dilahirkan dikota Surabaya.

Informan 1 merupakan member aktif dalam Vario Club Surabaya. Peneliti sudah sangat lama mengenal informan 1. Perkenalan peneliti dengan informan 1 bertemu di bengkel custom yang kebetulan lagi membenahi motor. Wawancara dengan

informan 1 dilakukan di warung kopi yang biasanya dijadikan tempat favorit Kopsan (Kopi Santai) oleh para member club. Menurut pandangan peneliti, informan 1 memiliki sifat kepapakan, tegas, dan enak diajak ngobrol. Informan 1 berkedudukan sebagai member senior atau penasehat club. Informan 1 telah mempunyai keluarga dan memiliki dua orang anak, namun tetap menyibukkan diri sebagai member aktif yang selalu hadir dalam kopdaran. Ketika ditanya oleh peneliti perihal apa tujuan diadakan kopdar, dia menjawab;

“Tujuan diadakan kopdar supaya di satu hari kita semua rider yang sudah sepakat masuk Vario Club Surabaya berdasarkan jam dan hari tertentu ketemu bersilahturahmi saling mengenal pribadi masing-masing. Adapun tujuan lain yang akhirnya berkembang mengekskiskan diri dengan maksud menunjukkan kesesama club motor khususnya ke masyarakat awam bahwa Vario Club Surabaya ada dan aktif.”

Informan 1 mengatakan ada perbedaan antara club motor dengan genk motor, informan 1 menjabarkan club motor itu memiliki tujuan yang positif, mengikuti acara bhakti sosial dan event yang berguna bagi masyarakat sedangkan genk motor arahnya lebih ke negatif. *Image* genk motor terbentuk karena efek media saja. Di Jawa Timur dan Jawa Tengah tidak ada genk motor. Alasan informan 1 ikut bergabung dengan club motor karena ingin terlihat keren dan kebetulan motornya Honda Vario. Informan 1 bergabung dengan Vario Club Surabaya mulai tahun 2009 hingga saat ini. Menurut informan 1 ikut bergabung dengan club motor bisa mewadahi hobinya sebagai pencinta otomotif. Selain itu, informan 1 berpendapat bahwa dalam club motor informan mendapat pengalaman baru yaitu mengenal organisasi. Bagaimana cara menghadapi orang-orang yang

bukan dari kota Surabaya, mengenal orang-orang baru dari berbagai nusantara dan tentunya informan 1 merasa bangga ikut berkontribusi dalam Vario Club Surabaya.

Selanjutnya peneliti bertanya kepada informan 1 mengapa sampai saat ini masih “bertahan” di Vario Club Surabaya, dia mengatakan;

“Karena sudah menganggap member layaknya keluarga kedua bahkan mau jual motor pun terasa berat seakan tidak merelakan. Tanggapan informan 1 setelah bertahun-tahun bergabung dengan Vario Club Surabaya merasakan adanya hubungan yang sangat erat, mengenal baik dan buruknya member, dari situlah muncul satu rasa saudara tak sedarah.”

Vario Club Surabaya tidak mewajibkan membeinya merubah atau memodifikasi motor, namun kebanyakan para member memodifikasi motor hanya sebagai pelengkap aksesoris. Informan 1 membebaskan kepada seluruh member untuk memodifikasi motornya tetapi dengan syarat tidak merugikan orang lain, modifikasai sewajarnya, sesuai dengan kebutuhan karena club motor sering touring dan mengikuti standart pihak berwajib. Di akhir wawancara, informan 1 memberikan pernyataan yang menarik yaitu “Jangan pernah tanyakan apa yang pernah Vario Club Surabaya kasih ke kamu tetapi apa yang pernah kamu kasih ke Vario Club Surabaya”. Harga diri termasuk loyalitas.

4.2.2 Informan 2

Informan 2 memiliki nama lengkap Ian Rahadian, biasa dipanggil Ian. Di dalam struktur kepengurusan Vario Club Surabaya, informan 2 menempati kedudukan sebagai humas. Informan 2 lahir di Kota Surabaya. Informan 2 masih

menempuh kuliah di universitas swasta. Perkenalan peneliti dengan informan 2 bertemu di tempat kopdaran. Terhitung mulai agustus tahun kemarin peneliti mulai akrab dengan informan 2. Perkenalan pertama agak malu-malu, tapi lama-lama peneliti dengan informan 2 intens ketemu di tempat nongkrong. Informan 2 memiliki sifat yang humble, cepet akrab, asik, berwawasan luas. Informan 2 mulai bergabung ikut Vario Club Surabaya pertengahan tahun 2013. Awal informan 2 tertarik ikut gabung di Vario Club Surabaya karena diajak oleh temannya yang kebetulan sama – sama hobi touring ke luar kota. Informan 2 mengatakan kepada peneliti;

“Dari pada saya touring sendirian mending touring ramai-ramai mas... yaudah saya memutuskan ikut bergabung dengan Vario Club Surabaya”.

Informan 2 menjelaskan kepada peneliti terkait loyalitas yang ada di dalam club. Vario Club Surabaya yang dulu berbeda dengan yang sekarang, dulu sering mementingkan egoisnya sendiri – sendiri. tapi sekarang uda mulai diarahkan dan diayomi jadi mulai kelihatan loyalitas per member lebih keliatan solid. Informan 2 termasuk member yang aktif disetiap kegiatan club. Informan 2 mengatakan kepada peneliti biasanya setiap kali kopdar ada evaluasi dari humas maupun pengurus. Topik pembicaraan dalam forum meliputi, pemberitahuan kepada temen-temen prospek yang ugal-ugalan di jalan dan tidak membawa nama baik club, setiap minggunya terus menerus di bimbing karena kita club motor. Selama ikut bergabung dengan Vario Club Surabaya, informan 2 merasa senang memiliki suasana baru dan hobinya memang di otomotif. Diluar agenda wajib kopdar informan 2 memberitahu ada kegiatan lain yaitu KOPSAN (Kopi Santai).

Biasanya dilakukan setelah acara Kopdar berakhir. Informan 2 menjelaskan setiap anggota wajib ikut group di whatsapp agar informasi yang disampaikan dapat terjamah semua member.

Informan 2 mengatakan kepada peneliti apabila didalam club terjadi konflik antar member atau antar club lain, maka informan 2 sebagai humas mengarahkan jangan sampai ada kejadian seperti itu lagi.

“Karena kita sesama club, satu club tolong kesadarannya menjaga solidaritas. Kalau memang masalahnya berkelanjutan, kita adakan musyawarah, kita kumpulkan semua member beserta pengurusnya. Kita ajak diskusi enaknya gimana dan harus sampai clear masalahnya.”

Informan 2 sebagai humas memiliki cara sendiri untuk merangkul semua member agar solid. Mungkin metodenya terlalu lambat tapi lebih efektif jadi saya lebih mendekati personal saja. Informan 2 menjelaskan kita disini tidak ada senioritas, tidak pernah membedakan, sama-sama belajar, nah pada akhirnya nanti saya berusaha mengarahkan.

4.4.3 Informan 3

Informan 3 memiliki nama lengkap Wisnu Triatmaja. Biasa dipanggil wisnu brengos. Didalam kepengurusan Vario Club Surabaya, informan 3 berkedudukan sebagai member aktif dan sebagai admin semua media sosial yang dimiliki club. Informan 3 berkerja diperusahaan percetakan. Lahir di Kota Surabaya dan sekarang lagi sibuk sebagai bapak rumah tangga yang baru dikaruniai seorang anak. Awal mula peneliti kenal dengan informan 3 bertemu

dibengkel custom dekat rumah. Pada saat itu informan 3 sedang asik membenahi motornya, peneliti basa-basi mengajaknya ngobrol. Ternyata orangnya tidak cuek, mudah bergaul, dan sayang keluarga tentunya. Informan 3 pertama kali ikut bergabung dengan Vario Club Surabaya pertengahan agustus tahun 2012.

Informan 3 tertarik bergabung dengan Vario Club Surabaya dengan alasan ingin menambah persaudaraan dengan pengguna motor Vario, hobi mengutak-atik motor sebagai wadahnya menyalurkan kesenangan. Informan 3 merasakan setelah bertahun-tahun bergabung dengan Vario Club Surabaya mendapatkan hal-hal yang dikeluarga belum tentu ada untuk mendewasakan diri saya dan loyalitas persaudaraan antar member. Informan 3 mengatakan kepada peneliti bahwa dia sangat bangga dapat berkontribusi didalam club, bukan hanya itu saja tetapi sudah dianggapnya sebagai keluarga kedua.

Menurut informan 3 anggota atau member kebanyakan memiliki karakter tipikal orang pekerja jadinya kedewasaan setiap individu sangat berpengaruh terhadap perkembangan Vario Club Surabaya. Informan 3 diberi kepercayaan sebagai pengurus meyakini Vario Club Surabaya kedepannya akan lebih solid. Informan 3 menjelaskan semua kegiatan club akan dishare ke semua member melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Website. Untuk saat ini lebih banyak mendokumentasikan video dan foto ke instagram dan facebook. Jadi tidak hanya member saja yang tau kegiatan Vario Club Surabaya tetapi masyarakat umum yang ingin melihat melalui media sosial bisa memahami kegiatan yang dilakukan itu bersifat positif.

Selanjutnya informan 3 mengatakan kepada peneliti hingga sampai sekarang masih bertahan di Vario Club Surabaya karena di dadanya sudah melekat logo club, orang-orang yang ada didalamnya satu pemikiran dengan saya dan tentunya loyalitas saya sendiri.

“Wes pokoke keluarga kedua gawe dulur Vario Club Surabaya, aku wes merasa nyaman melok club motor iki mas..”

Menurut pendapat informan 3 loyalitas para member sangat tinggi, terbukti pada saat diadakan event-event, bhakti sosial, ataupun terkadang mendampingi tamu dari club lain yang ingin berkunjung ke Surabaya terlihat rela meluangkan waktu dan tenaganya demi nama club. Informan 3 termasuk member yang aktif dalam setiap kegiatan menurut pandangan peneliti.

4.4.4 Informan 4

Informan 4 memiliki nama lengkap Bimasakti DCS. Biasa dipanggil Bima. Didalam kepengurusan Vario Club Surabaya informan 4 berkedudukan sebagai member aktif dan ketum (Ketua Umum). Lahir di Kota Surabaya.

Informan 4 seorang mahasiswa di perguruan tinggi swasta. Tanpa disadari ternyata dulunya informan 4 pernah satu sekolah dengan peneliti. Awal kenal peneliti dengan informan 4 bertemu ditempat kopdaran. Informan 4 memiliki sifat asik, ramai, tidak sombong, pemikir, baik dan berwibawa. Pertama kali informan 4 ikut bergabung dengan Vario Club Surabaya di pertengahan tahun 2012.

Informan 4 menjelaskan kepada peneliti alasannya ingin bergabung dengan Vario Club Surabaya karena informan 4 suka traveller ke luar kota dan kebetulan

motornya Honda Vario. Informan 4 mengatakan di Vario Club Surabaya tidak melulu touring, di Vario Club Surabaya menganut sistem kekeluargaan, sharing motor dan modifikasi, sehingga wawasan saya menjadi luas. Kemudian informan 4 mengatakan setelah bertahun-tahun ikut bergabung dengan Vario Club Surabaya ia mendapatkan pengalaman baru, bisa bersosialisasi ke orang banyak, mengetahui organisasi itu seperti apa dan gimana, punya relasi lebih di club ini.

Informan 4 merasa bangga bisa menjadi bagian dari club ini, apalagi terpilihnya informan 4 sebagai Ketua Umum menambah tanggung jawabnya untuk memegang amanat dari semua member.

Selanjutnya informan 4 berkata kepada peneliti, yang selama ini membuatnya bertahan di Vario Club Surabaya karena sudah menganggap layak nya keluarga, sudah banyak mengenal karakter masing-masing member, loyal dan solidaritas itu yang terpenting.

“Informan 4 mengatakan untuk menyatukan semua pendapat member itu susah tetapi ia yakin dengan memegang prinsip tujuan awal membentuk club maka akan mudah untuk dikendalikan. Sebagai Ketua Umum informan 4 memiliki cara agar member tetap solid dan loyal terhadap club yaitu lebih menyatu kepada member dan prospek, merangkul semua member agar merasa tidak ada jarak, tegas dalam peraturan.”

Informan 4 bertugas menengahi jika terjadi konflik antar member atau dengan club lain. Cukup yang bermasalah kita selesaikan secara kekeluargaan dan mengadakan musyawarah bersama pengurus lainnya. Informan 4 menjelaskan tentang organisasi yang ada di Vario Club Surabaya tidak berjalan mulus, terbentuknya menjadi club motor memang susah. Tiga taun terakhir hampir jalan

meskipun ada pergantian pengurus. Saat ini informan 4 sebagai ketum ingin menghidupkan organisasi sebaik-baiknya agar regenerasi berikutnya tidak kesulitan. Ia sebagai ketum harus flexible.

Menurut pendapat informan 4 sebagai ketum, ia melihat loyalitas member terhadap club sangat luar biasa. Contohnya kalau ada event belain-belain ikut, bahu-membahu kalau ada yang kesusahan.

“Informan 4 sebagai ketum tidak bisa semena-mena memberikan *punishment* jika ada member yang tidak pernah kumpul atau tidak datang di event-event tertentu. Karena kembali lagi kita di Vario Club Surabaya tidak terlalu terikat, disini kumpul atas nama hobi, yang kita prioritaskan itu keluarga dan kerjaan.”

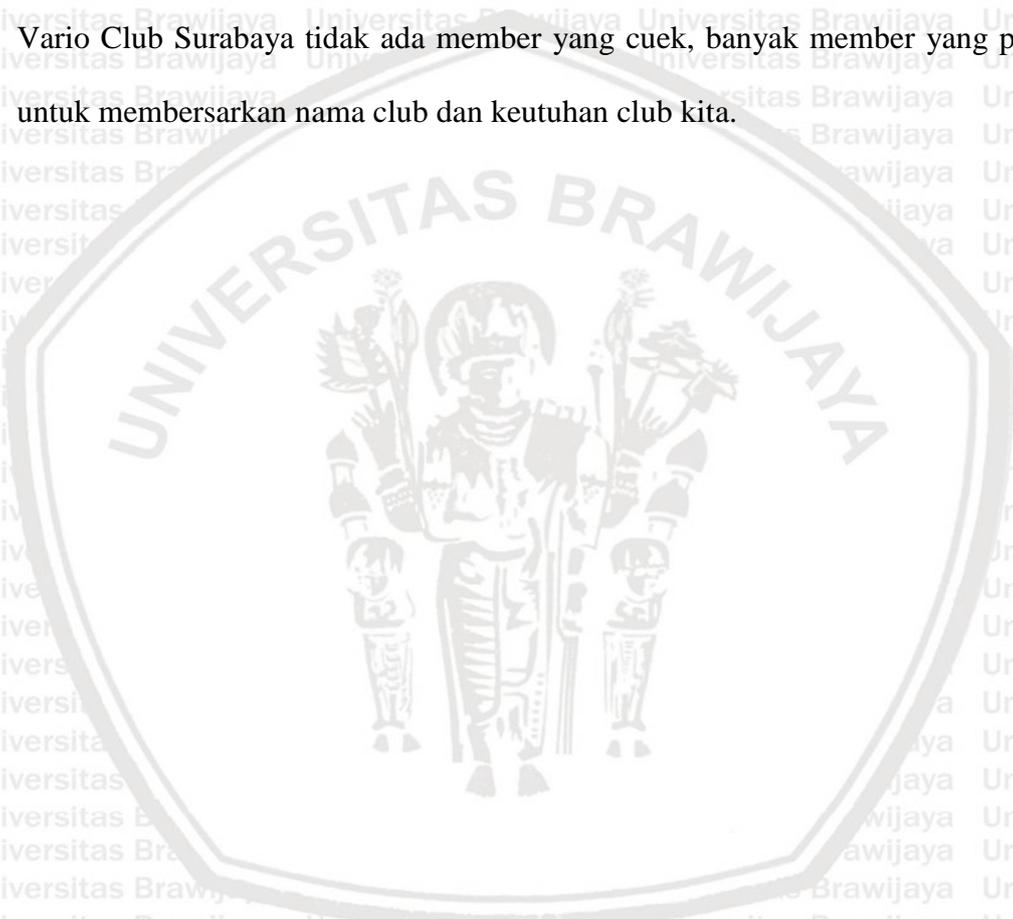
Interaksi antar member satu dengan lainnya sangat komunikatif, tidak ada yang merasa paling tua atau lebih berpengalaman. Menurut informan 4 kita sama-sama belajar tidak perlu malu-malu, bebas tapi sopan, dan yang penting kamu bisa menghargai sesama member. Menurut pendapat informan 4 saya lebih menghargai member yang aktif di lapangan daripada yang aktif di media sosial saja. Member wajib masuk dalam group whatsapps, tujuannya untuk mengetahui segala informasi yang disampaikan oleh pengurus mengenai kegiatan-kegiatan Vario Club Surabaya di minggu depannya. Semua kegiatan komunikasi tidak selalu dibahas di whatapps, nantinya dibahas atau dievaluasi lagi tempat kopdar. Karena di group whatapps tidak bisa serius jadi cara penyampaian ke member berbeda dengan di forum, lebih keliatan formal.

4.4.5 Informan 5

Informan 5 memiliki nama lengkap Endah Setyowati. Biasa dipanggil Endah. Didalam kepengurusan Vario Club Surabaya informan 5 berkedudukan sebagai member aktif dan bendahara. Lahir di Kota Surabaya. Informan 5 berprofesi sebagai teller di bank swasta. Menurut pengamatan peneliti, informan 5 memiliki kepribadian yang *tomboy*, ramah, dan mudah bergaul. Awal kenal peneliti dengan informan 5 bertemu di tempat kopdaran. Informan 5 pertama kali ikut bergabung dengan Vario Club Surabaya di awal tahun 2014. Menurut informan 5 dulu awalnya ikut bergabung di Vario Club Surabaya karena diajak teman dan kebetulan ia suka touring. Informan 5 mengatakan sebagai member cewek komunikasi yang ada di club asik banget, komunikatif, tidak ada jaim-jaiman, semua member saling mendukung. Menurut pendapat informan 5, loyalitas di Vario Club Surabaya terlihat sangat solid, tidak membeda-bedakan, antara member dan prospek dianggap sama, yang membedakan hanya di stiker saja. Informan 5 menjelaskan di Vario Club Surabaya terdapat 3 member cewek dan 3 prospek. Ia termasuk member yang aktif dan tergantung kondisi juga kalau ada pekerjaan terkadang saya tidak bisa ikut kegiatan-kegiatan yang ada di club.

Informan 5 sangat keberatan jika Vario Club Surabaya dikatakan atau di cap sebagai “genk motor”, menurutnya genk motor bersifat negatif, mengganggu kenyamanan pengendara lain, tidak ada organisasi yang jelas, Berbeda sekali dengan kegiatan di club kita, lebih bermanfaat ada bhakti sosial dan donor darah. Informan 5 memberitahu kepada peneliti, organisasi di Vario Club Surabaya berjalan dengan baik, dari tahun ke tahun ada peningkatan dan kemajuan,

permasalahan kecil pasti ada tapi selama ini masih bisa diatasi. Menurutnya pendapat informan 5 kepemimpinan Ketua Umum yang sekarang sangat merangkul semua member, orangnya peduli dengan member. Informan 5 mengatakan jika member loyal bisa diukur dari kepeduliaanya saat ada member yang kesusahan atau pada saat menyambut tamu dari luar kota. Untungnya di Vario Club Surabaya tidak ada member yang cuek, banyak member yang peduli untuk membersarkan nama club dan keutuhan club kita.



BAB V

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

5.1 Mahzab Chicago sebagai Kerangka Penelitian

Rogers (1994) mengatakan bahwa Chicago School memandang komunikasi adalah esensi pokok dari hubungan antar sesama manusia, yang terpenting, Blumer melanjutkan karya Mead yang menekankan fokus pada pentingnya komunikasi bagi interaksi antar manusia. Blumer melakukan pendekatan kualitatif, dimana meyakini bahwa studi tentang manusia tidak bisa disamakan dengan studi terhadap benda mati, dan para pemikir yang ada di dalam mahzab Chicago banyak melakukan pendekatan interpretative berdasarkan rintisan pikiran George Herbert Mead (Ardianto & Anees, 2007, h. 135).

Mahzab Chicago yang menitikberatkan pada pemecahan masalah kriminal, protitusi dan masalah-masalah lainnya yang timbul industrialisasi dan urbanisasi yang berlangsung sangat cepat di Amerika. Karakteristik Chicago yakni berupa penelitian yang berfokus pada masalah sosial (Rogers, h.157, 1994). 'Berfokus pada permasalahan sosial' adalah salah satu unsur yang dimiliki oleh club motor penggemar Honda Vario (Vario Club Surabaya), jika dikaitkan dengan mahzab Chicago.

Dalam melakukan penelitian, Chicago sering kali melakukan penelitian lapang dan biasanya menggunakan metode interpretatif. Park acap kali mengatakan kepada para muridnya bahwa seorang peneliti harus berkotor-kotor

dilakukan karena itulah dunia penelitian yang sesungguhnya (Rogers, 1994, h. 160). Hal ini turut dilakukan peneliti dalam melakukan pengumpulan data, untuk memenuhi persyaratan melakukan studi interpretatif, yakni sampai kepada titik *'thick description'*.

Terkait dengan penemuan data yang peneliti temukan ketika terjun ke lapangan, dalam penelitian ini club motor pada masyarakat sekarang dipandang sebagai sebuah fenomena yang kontemporer. Vario Club Surabaya memiliki aspek-aspek yang sejalan dengan pandangan Chicago School yang identik dengan tema hubungan antar manusia, yang menitikberatkan pada kegiatan interaksi yang terjadi didalamnya.

Dalam penelitian ini, sesuai dengan tradisi pragmatis yang digunakan, adapun beberapa fokus yang peneliti tetapkan diantaranya adalah; kegiatan *kopdar* Vario Club Surabaya sebagai bentuk komunikasi ritual, serta hal-hal yang termasuk dalam *humanity values* dalam club motor VCS(Vario Club Surabaya). Seluruh kegiatan yang diteliti saling berhubungan satu sama lain, mengarah kepada bentuk-bentuk tindakan sebagai wujud dari kohesifitas dan club.

5.2 Fenomena Club Motor dalam Kacamata *Culture Studies*

Carey (2008, h. 43) mengatakan bahwa *Culture Studies* jauh lebih objektif dari tradisi yang lainnya. Tujuannya adalah bukan untuk menjelaskan kebiasaan manusia untuk kemudian di garis bawahi dan diperbaiki, melainkan untuk dilihat dan dimengerti. Realitas sosial adalah bentukan dari interaksi simbolik dari sebuah komunitas.

Hardt (1992, h. 196) mengatakan bahwa Carey adalah perwakilan yang paling menonjol pada masa awal pertumbuhan *Cultural Studies* di Amerika.

Cultural Studies Amerika menggunakan pendekatan yang berdasar pada tradisi pragmatis Amerika dan tokoh-tokoh yang berpengaruh pada masa itu, yang kebanyakan berasal dari Chicago School.

Dalam *Cultural Studies* fenomena club motor termasuk dalam budaya populer. Budaya populer atau sering dikenal dengan istilah *pop culture* adalah salah satu kajian dalam *Cultural Studies* yang membahas tentang budaya atau fenomena kontemporer yang ada di sosial masyarakat. Dalam *Cultural Studies*, segala yang tampak normal dan apa adanya dalam kehidupan sehari-hari, seperti perilaku *nongkrong* adalah produk bentukan dari sebuah ideologi.

Club motor penggemar Honda Vario (Vario Club Surabaya) adalah kumpulan orang-orang yang bersatu atas dasar kesenangan hobi dan memiliki rasa solidaritas yang sangat erat. Toleransi antar member akan memunculkan rasa memiliki terhadap club ini. Sehingga masing-masing member yang berada di dalamnya akan mengukuhkan norma-norma yang telah dibuat serta diberlakukan dalam berorganisasi. Aktifitas bersama yang diselenggarakan pada saat kegiatan *kopdar* (kopi darat) semakin menguatkan bahwa club motor ini memiliki keyakinan bersama untuk menjaga dan membangun rasa loyal bagi setiap member. Loyalitas dari semua member adalah bentuk dukungan terhadap Vario Club Surabaya yang patut untuk dibanggakan. Dari kesamaan tersebut orang-orang yang tergabung di dalam Vario Club Surabaya memenuhi unsur-unsur yang dikatakan Carey sebagai bentuk pandangan dari komunikasi sebagai sebuah ritual.

Persepsi masyarakat awam yang selalu melihat club motor tidak memiliki tujuan yang jelas, hanya dipandang sebelah mata. Namun dibalik itu ada maksud yang ingin ditunjukkan ke masyarakat luas bahwasannya orang-orang yang menggemari hobi otomotif juga memiliki sisi positifnya. Menepis anggapan ini maka di lakukan tindakan nyata untuk pembuktian agar *image* club motor dapat berubah. Disini club motor Honda Vario sering mengkampanyekan gerakan santun berkendara atau dikenal dengan *safety riding*. Saat ini identitas club motor yang melekat dibenak masyarakat adalah identitas club motor yang selalu dihubungkan dengan *Geng motor*. Club motor dan *stereotype* geng motor merupakan dua hal yang bisa dibilang sering diperbincangkan. Menurut data wawancara yang diperoleh peneliti, orang-orang yang berada di dalam Vario Club Surabaya menolak jika disandingkan dengan Geng motor.

“ Yoo.. ga gelem mas, karena kita bukan Geng motor. Club kita memiliki tujuan yang positif (CSR), mengikuti kegiatan bhakti sosial, dan event yang berguna buat masyarakat sekitar. Sedangkan Geng motor kan arahnya ke negatif mas.. Tidak tertib berlalu lintas, *urakan*, *arogan*, pokoknya bertindak merugikan orang lain”. (Informan, 2016)

Menurut data yang diperoleh peneliti pada saat interview dengan informan, terungkap fakta bahwa *Image Geng* motor terbentuk karena efek media yang terlalu membesarkan-besarkan pemberitaan, sehingga club motor yang banyak berada di kota-kota besar terkena dampaknya. Dalam sub bab ini peneliti akan menggambarkan budaya club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) yang bisa dikatakan berbeda dengan realita yang ada di masyarakat.

Perry (dalam Rogers 1992) mengatakan bahwa pragmatis berbicara tentang semangat untuk membuat segalanya lebih baik. Dalam hal ini memposisikan club motor sebagai wadah untuk mengajak seseorang berbuat baik serta memberikan pengaruh positif ke masyarakat melalui kegiatan-kegiatan yang bermanfaat. Gerakan *baksos* memiliki aspek tersebut dalam hubungannya antara club motor (VCS) dengan kajian *Cultural Studies* ala Amerika, yang berakar pada pragmatis. Ciri *Cultural Studies* yang berfokus pada *problem solving*, yakni melihat club motor tidak hanya sebagai club motor semata, melainkan memiliki sisi '*problem solving*', yakni kegiatan positif untuk lingkungan sekitar.

5.3 Budaya Club Motor (Vario Club Surabaya)

Sebelum menghasilkan budaya, club motor Honda Vario terbentuk atas segelintir orang-orang yang berinteraksi dengan intens, hingga menghasilkan *meaning* atau budaya diantara mereka. Club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) yang dibentuk pertengahan tahun 2007 pada mulanya hanyalah segelintir 3 orang yang tidak saling kenal, yang sebelumnya tidak pernah berinteraksi secara intens. Berawal dari perkenalan, interaksi antar anggota yang terjalin kemudian semakin intens. Komunikasi yang dilakukan secara terus menerus, lama kelamaan membentuk budaya di dalam club motor Honda Vario.

“Without such communication the public will remain shadowy and formless. Till the Great Society is covered into a Great Community, the Public will remain in eclipse. Communication can alone create a great community” (Dewey, 1927, h. 142)

Dari pendapat Dewey tersebut jelaslah bahwa komunitas dan komunikasi tidak bisa dilepas kaitannya. Tanpa adanya komunikasi orang-orang tidak akan memiliki bentukan, dan komunikasi itu sendiri dapat membentuk komunitas yang hebat. Komunikasi yang terjadi pada awal pertemuan yang dilakukan oleh 3 orang akhirnya menghasilkan keputusan untuk membuat club motor ini menjadi organisasi yang resmi, yang memiliki AD/ART serta berada dibawah naungan Surabaya Honda Community(SHC).

Dalam Westbrook (1999), Dewey menjelaskan bahwa sebuah komunitas harusnya bersifat sebagai sebuah institusi dimana anggotanya, hidup untuk saat ini dan untuk menjadi anggota dari kehidupan masyarakat di mana ia merasa bahwa ia berpartisipasi, dan juga menyumbang. Komunitas terbentuk setelah mereka (club motor) dipengaruhi oleh konsekuensi sosial bersama, menawarkan interpretasi yang berbeda. Dalam club motor ini, kepengurusan serta keanggotaan bisa bertahan karena masing-masing dari mereka adalah salah satu bagian dari club motor ini.

“ Setelah aku rasain, pertama aku gabung mungkin belum paham dalemnya (VCS) itu seperti apa.. aku aktifin terus ternyata begini caranya cari temen, begini caranya ngobrol sama orang yang lebih dewasa, untuk melepas atribut itu susah mas.. karena sudah melekat dalam jiwa. Selain kenal kita uda merasa kayak saudara, uda kayak keluarga aja gitu.. mau jual motor pun berat mas, ada historynya hhe..” (Informan,2015).

Komunitas sendiri menurut Carey (1989) hasil budaya yang dihasilkan dari interaksi- interaksi antar anggotanya, seperti yang dikatakan oleh Dewey.

Sebuah budaya dapat membuat komunitas satu berbeda dengan komunitas lainnya karena nilai - nilai yang ada di dalamnya. Hal – hal tersebut mencirikan mereka berbeda dengan yang lain. Dalam club motor Vario Club Surabaya, adapun nilai yang bisa ditemukan yakni *humanity values*, yang mana di dalamnya terdapat aspek kekeluargaan, solidaritas, serta loyalitas. Keberadaan nilai di dalam club motor ini memiliki arah bagaimana akan bertindak dan berperilaku agar tidak mengganggu kohesivitas kelompok.

Dalam Vario Club Surabaya pembentukan budaya yang condong akan *humanity values* ini dalam perkembangannya tak lepas dari sosok laki-laki yang berkedudukan sebagai ketua umum. Peran ketua umum dalam menjalankan sistem organisasi sangatlah penting mengingat akan bermunculan masalah yang ada di *intern club* maupun di *ekstren club*. Tugas utama ketua umum adalah sebagai pengambil keputusan serta menengahi konflik-konflik antar member yang kemungkinan bisa saja terjadi sewaktu-waktu. Selanjutnya ketua umum juga memiliki tujuan untuk merangkul semua anggota baik yang prospek maupun member agar tetap solid dan guyub. Berikut ini pernyataan informan sebagai ketua umum di Vario Club Surabaya;

“Ya itu sulitnya jadi ketum, kalau saya cara mengatasinya cukup yang bermasalah kita selesaikan secara kekeluargaan, musyawarah bersama pengurus agar masalah cepat selesai. Intinya pengurus dan ketum harus menengahi mas.. Saya sebagai ketua umum harus menyatu kepada member atau prospek jangan ada jarak, dengan sama-sama hobi kita sama-sama satu tujuan di vcs. Tapi memang butuh proses karena untuk

menyatukan semua pendapat orang itu susah mas.. kedepannya dengan sistem kekeluargaan dan tegas dalam peraturan mudah-mudah vario tetap solid.” (Informan,2016)

Sejak resmi menjadi club motor, Vario Club Surabaya mengajak semua member yang ada di dalamnya untuk bersama – sama bertanggung jawab secara penuh terhadap berlangsungnya suatu kegiatan.

5.4 Humanity Values dalam Vario Club Surabaya.

Mematahkan konstruksi sosial yang megidentikkan club motor dengan label *urakan, ugal-ugalan*, tidak tertib berlalu lintas, dan tak jarang dikategorikan dalam *'useless community'*, club motor ini hadir dengan berbagai aspek yang berbeda dengan identitas club motor yang selama ini dipandang negatif oleh masyarakat luas.

Kegiatan *baksos* (Bhakti Sosial) yang bertujuan untuk membantu sesama, memberikan dampak positif dan lebih baik kepada lingkungan sekitar dalam club motor ini seiring dengan ciri mahzab Chicago School yang berfokus pada *problem solving*. Adapun kegiatan positif lainnya dari Club motor ini yaitu *charity*, charity diadakan bila terjadi korban bencana alam. Contohnya kemarin digarut, sumedang, ntb dan ponorogo. (Data diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan informan, 2016) Tak hanya kegiatan ini, banyak kegiatan positif lainnya yang mengusung tema berbeda namun tetap bertujuan untuk membantu mereka yang membutuhkan.

Hadirnya gerakan *baksos* di dalam club motor ini adalah salah satu nilai budaya yang dihasilkan selama 10 tahun berdiri. Barker (2005) mendefinisikan kebudayaan sebagai pengalaman dalam hidup sehari-hari; berbagai teks, praktik dan makna semua orang dalam menjalani hidup mereka. Dalam *Cultural Studies*, yang dibahas adalah segala hal yang terkait dengan nama semua pihak, institusi dan sistem klasifikasi tempat tertanamnya nilai-nilai, kepercayaan-kepercayaan, kompetensi-kompetensi, rutinitas kehidupan dan bentuk-bentuk kebiasaan perilaku masyarakat. Gerakan *baksos* hadir sebagai bentuk rutinitas kehidupan anggota Vario Club Surabaya. Gerakan *baksos* dibentuk oleh pengurus club motor sekaligus sebagai bentuk penolakan dari konstruksi sosial mengenai club motor yang selama ini identik dengan hal-hal yang bersifat negatif, seperti *urakan*, *arogan*, *ugal-ugalan*, dan lain sebagainya.

Budaya adalah hasil dari budaya teks itu sendiri, yaitu berupa praktik-praktik yang dilakukan di dalam penelitian ini yakni segala interaksi komunikasi yang dilakukan oleh club motor ini, antar sesama member, baik verbal maupun non verbal. Menyusul kemudian adalah ideologi atau nilai yang muncul di club motor. Pada Vario Club Surabaya didapat bahwa nilai *baksos* yang ada di club motor Honda Vario adalah salah satu teks budaya yang bisa saja ini membentuk dan membangun sejarah baru tentang dunia otomotif khususnya club motor yang ada di Kota Surabaya. Diharapkan runtuhnya konstruksi akan *image* club motor selama ini berganti dengan *image* yang baru.

5.5 Kopdar sebagai Bentuk Komunikasi Ritual

Konsep komunikasi ritual yang menitikberatkan pada proses pemeliharaan suatu komunitas, melalui proses sharing keyakinan bersama dan melakukan kegiatan bersama-sama. Dalam hal ini, dilakukan peneliti terhadap kegiatan-kegiatan Vario Club Surabaya yang dianggap sebagai ritual para anggotanya. Kegiatan-kegiatan yang menurut orang lain tidak penting atau biasa saja, seringnya dianggap berbeda oleh anggota yang bersangkutan. Rohtenbuhler (1998) mengatakan bahwa seringkali ritual dipandang sebagai tindakan yang *irrational* (tidak masuk akal) karena dianggap tidak banyak bermanfaat bagi tujuan yang spesifik.

Carey (1992, h. 18) menjelaskan bahwasannya komunikasi dalam konsepsi ritual tidak lagi ditujukan langsung pada penyebaran luasan pesan melalui suatu ruang tertentu melainkan sebagai bentuk pemeliharaan masyarakat dalam suatu waktu, bukan suatu tindakan menanamkan informasi melainkan bentuk kehadiran suatu keyakinan bersama. Pada penelitian ini kegiatan kopdar adalah sebuah kegiatan yang bisa dimasukkan ke dalam klasifikasi konsepsi ritual.

Dalam dunia otomotif, khususnya club motor yang tersebar di Indonesia, banyak pilihan kegiatan yang oleh anggotanya dianggap sebagai suatu keharusan untuk diikuti sebagai bukti loyalitas. Orang – orang ini biasanya akan mencari wadah untuk berbagi cerita dan berbagi keyakinan mengenai kesamaan hobinya. Mereka akan lebih nyaman apabila bersama dengan orang-orang yang mempunyai kesamaan dalam hal otomotif.

Deddy mulyana (2008, h. 30) menjelaskan bahwa komunikasi ritual ini erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif. Kegiatan ritual memungkinkan para pesertanya berbagi komitmen emosional dan menjadi perekat bagi kepaduan mereka, juga sebagai pengabdian kepada kelompok. Yang terpenting pada kegiatan ritual tersebut bukan pada bentuknya, melainkan perasaan senasib sepenanggungan yang menyertainya, perasaan yang terikat, diakui dan diterima oleh kelompok.

Penjelasan tersebut tercermin pada kegiatan kopdar yang diselenggarakan oleh Vario Club Surabaya. Kegiatan *kopdar* dalam club motor ini bisa dibilang sebagai aktifitas komunikasi yang utama, dan tentu saja dalam praktik dan hubungannya dengan komunikasi ritual, porsi yang paling besar dari kegiatan kopdar ini. Kegiatan ini selalu dilakukan secara kolektif, dihadiri bersama-sama. Kegiatan berlangsung pada akhir pekan, sesuai jadwal yang telah ditentukan pengurus.

Kegiatan kopdar dalam Vario Club Surabaya adalah salah satu dari beberapa kegiatan ritual club motor ini yang dirasa paling wajib untuk diikuti.

Kopdar adalah kegiatan kumpul bareng yang dilakukan *rider* sebagai bentuk apresiasi dukungan kepada club motor yang dibanggakan. Kegiatan ini juga merupakan wadah untuk mereka yang memiliki latar belakang kegemaran atau hobi yang sama. Pada akhirnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia sebagai makhluk sosial, melakukan sosialisasi (Data diolah peneliti dari wawancara, 2016).

Ritual *kopi darat* Vario Club Surabaya ini dilakukan sebagai bentuk ekspresif atas kecintaan dan dukungan kepada club, khususnya mereka yang mengaku sebagai *rider* atau yang biasa disebut dengan *brotherhood*.

Selanjutnya, untuk lebih memahami kegiatan kopdar dalam club motor sebagai bentuk komunikasi ritual, berikut ini disajikan karakteristik-karakteristik mendasar dari komunikasi ritual, terkait dengan kopdar dalam club motor:

Pertama, komunikasi sebagai kegiatan berbagi, berpartisipasi, berkumpul, dan bersahabat. Komunikasi dipahami sebagai kegiatan berbagi, berpartisipasi, berkumpul, bersahabat, dan kepemilikan keyakinan yang sama (Carey, 1992, h. 18). Dalam praktik komunikasi ritual, keberadaan kegiatan kopdar dalam club motor, ditempatkan sebagai salah satu kegiatan pokok club, termasuk pada Vario Club Surabaya. Member club yang terdiri dari masing-masing individu dengan latar belakang yang berbeda kemudian menjadi satu kesatuan karena adanya keyakinan yang sama, termasuk keyakinan suatu nilai atau konsepsi yang terkandung dalam budaya club motor. Dalam club motor ini, adapun nilai – nilai yang diamini oleh member club sebagai budaya club motor antara lain ; anti *geng motor*, yang mana selama ini sudah menjadi *stereotype* pada club motor. Selain itu adalah nilai bahwa club motor harus memiliki sisi positif untuk lingkungan sekitar, yakni menjadi *baksos* sebagai suatu budaya club motor yang harus terus ditumbuhkembangkan.

Kedua, proses komunikasi. Rotanbuhler dan Coman (2005, h. 4), dengan merujuk pada pandangan James W. Carey, menekankan bahwa sebagai salah satu

bentuk dan model dari komunikasi sosial, proses komunikasi yang terjadi dalam komunikasi ritual tidak berpusat pada transfer atau pemindahan informasi, melainkan lebih mengutamakan pada *sharing* atau berbagi mengenai *common culture* atau budaya bersama. Hal ini berarti bahwa walaupun terjadi proses transmisi pesan, akan tetapi tidak menjadi atau fokus utama dalam proses komunikasi ritual. Kegiatan-kegiatan club motor dalam konteks praktek komunikasi ritual pun demikian, terlebih pada kegiatan kopdar. Dalam kegiatannya, club motor ini lebih banyak menunjukkan upaya berbagi budaya bersama, yakni kopdar sebagai salah satu tradisi member Vario Club Surabaya, daripada proses transmisi pesan dari satu club kepada club motor lainnya. Proses yang terjadi lebih mementingkan kegiatan yang dilakukan bersama-sama oleh member.

Ketiga, komunikasi sebagai kegiatan sakral dan keramat. Pola komunikasi dalam perspektif ritual diibaratkan seperti sebuah upacara suci atau *scared ceremony* dimana setiap orang ikut mengambil bagian secara bersama dalam bersekutu atau berkumpul. Dalam hal ini, yang lebih diutamakan adalah mengenai kebersamaan masyarakat dalam melakukan doa, bernyanyi dan seremonialnya (Radford, 2005, h. 15). Kopdar dapat dikatakan sebagai salah satu kegiatan yang terkandung dalam suatu budaya club motor yang sekaligus dapat dikatakan sebagai salah satu tradisi guna mengukuhkan status sosial sebagai *rider* atau *brotherhood*.

Keempat, ritual seringkali dipandang sebagai tindakan yang *irrational* (tidak masuk akal) karena dianggap tidak banyak bermanfaat bagi tujuan yang spesifik. Kegiatan kopdar yang diselenggarakan di pinggiran jalan serta menhadirkan massa yang banyak dan sebagainya bagi orang awam sering dirasa *irrational*, khususnya mereka yang tergabung dalam club motor.

Kelima pemilihan simbol komunikasi. Penggunaan simbol-simbol komunikasi yang unik atau khas merupakan salah satu ciri yang menonjol dalam komunikasi ritual. Simbol – simbol komunikasi yang digunakan tersebut tidak dipilih oleh partisipan, melainkan sudah tersedia sejak turun temurun berdasarkan tradisi budaya yang bersangkutan. (Carey, 1992, h. 54). Terdapat beberapa simbol komunikasi yang sering kali digunakan *rider* khususnya pada Vario Club Surabaya sebagai cerminan dari identitas mereka sebagai *bikers*. Mereka para *rider* dalam club ini terbagi atas dua bagian, yaitu prospek dan member. Perbedaan yang nampak terlihat pada penggunaan atribut (stiker) pada kendaraan.

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya, dapat dikemukakan beberapa hal sebagai simpulan. Club motor sebagai sebuah aktivitas komunikasi didasarkan pada interaksi yang ada di dalamnya, yang dilakukan oleh para anggotanya.

Kegiatan kopdar dianggap sebuah ritual karena pada kegiatan ini anggota club motor melakukan *forum* dan berbagi budaya bersama seperti yang dijelaskan oleh James Carey. Kegiatan ini juga dilakukan dengan tujuan memelihara kohesifitas bersama.

Dari data penelitian dapat disimpulkan bahwasannya kelima informan memiliki pandangan akan club motor ini bahwa ideologi dan nilai yang terbentuk didalamnya adalah hasil dari penciptaan budaya yang telah dilakukan selama 10 tahun lebih komunitas ini terbentuk. Nilai yang terbentuk tidak lepas dari sitem kekeluargaan yang diberlakukan di dalam club motor.

Selanjutnya, berbicara tentang nilai yang telah dibentuk, salah satu yang paling menonjol adalah bakti sosial (*baksos*). Kegiatan ini masih berjalan sampai sekarang dan berhasil membuktikan bahwa rider yang tergabung dalam club motor tidak selalu berkelakuan negatif, mereka juga bisa memberikan sisi positif untuk lingkungan sekitar.

6.2 Proposisi

Penelitian mengenai club motor ini menghasilkan dua proposisi, antara lain;

Proposisi pertama, komunikasi ritual dalam club motor Honda Vario (Vario Club Surabaya) dapat dilihat dari keseluruhan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh kelompok. Setiap kegiatan bertujuan untuk memelihara club motor, berbagi keyakinan serta kebudayaan yang sama. Ritual yang dilakukan adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh club motor.

Proposisi kedua, identitas sebagai rider pada club motor ini menonjolkan *humanity values*.

6.3 Saran

Terhadap refleksi yang telah peneliti lakukan sepanjang waktu penelitian, peneliti memberikan saran terkait dengan beberapa hal terkait dengan ranah akademis dan ranah praktis yang bisa dilakukan oleh para peneliti yang memiliki kesamaan minat penelitian.

6.3.1 Saran Akademis

- Mengembangkan studi komunikasi yang berakar pada kualitatif dan warisan Chicago School.
- Studi pemikiran John Dewey serta James Carey agar lebih diperhatikan dan sering digunakan untuk penelitian selanjutnya.

- Penggunaan *cultural studies* dan pragmatis harus lebih banyak digunakan dalam penelitian Ilmu Komunikasi, karena ilmu komunikasi tidak hanya membahas tentang media semata.
- Mengkaji lebih jauh tentang Chicago School, arti penting dan tokoh-tokohnya yang menjadi telah banyak menyumbang pada perkembangan ilmu komunikasi

6.3.2 Saran Praktis

Berkaitan dengan budaya club motor yang memang selama ini identik dengan hal-hal yang bersifat negatif, peneliti menyarankan agar club motor-club motor diluar sana mulai memberikan sumbangsih positif untuk lingkungan sekitar, agar *stereotype* tentang *image genk* motor terhapuskan.

Daftar Pustaka

Anderson, H. (2011). *Sibling in a Cyberspace: Carey's Ritual Model of Communication in The Digital Age*. Intersect, Edisi 4/1, h. 92-100. Stanford University

Ardianto, E. & Anees, B.Q (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Astuti, S. I. (2003). *Cultural Studies dalam Studi Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Mediator

Barker, C. (2004). *Cultural Studies Theory and Practice*. London: SAGE Publication

Carey, J. W. (1989). *A Cultural Approach to Communication, Communication as Culture: Essays On Media and Society*. Boston: Unwin Hyman

Carey, J. W. (1992). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. New York: Routledge

Ellis, C. (2004) *The Ethnographic I A Methodological Novel About Autoethnography*. United States Of Amerika: AltaMira Press.

Griffin, E. M. (2003). *A First Look of Communication Theory*. New York: McGrew-Hill

Hardt, H. (1992). *Critical Communication Studies; Communication, History and Theory in Amerika*. New York: Routledge

Idrus. Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Yogyakarta:

Erlangga

Kriyantono, R. (2007). *Teknik praktis riset komunikasi*, Jakarta: Kencana.

Kuswarno, E. (2011). *Metode Penelitian Komunikasi: Etnografi Komunikasi suatu*

Pengantar dan Contoh Penelitiannya, Bandung: Widya Padjajaran

McQuil, D. (2000). *McQuil's Mass Communication Theory*. London: SAGE

Publication

Moleong, L. (2011). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja

Rosdakarya.

Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja

Rosdakarya

Neuman, W. L. (2007). *Basics of Social Research Qualitative and Quantitative*

Approaches, Second Condition. Pearson Education

Radford. G. (2005). *On The Philosophy Of Communication*. Wadsworth: Belmont

Rogers. E. M. (1994). *A History Of Communication Study: A Biographical Approach*.

New York: The Free Press

Ross. M. (2013). *An Alternative Path: The Intellectual Legacy Of James W. Carey*.

University Of South Carolina

Rohtenbuhler, E. W. (1998). *Ritual Communication From Everyday Conversation to Mediated Ceremony*. New Delhi: SAGE Publication

Rohtenbuhler, E. W. (2006). *Communication As Ritual*. In G. J. Shepherd, J. St. John, & T. Striphas. *Communication as... Perspective on theory*. Thousand Oaks: SAGE Publication

Rohtenbuhler, E. W., Coman, M (2005). *The Promise of Media Antropology*. SAGE Publication Thousand Oaks.

Syahfiri, Maya. (2015). *Studi Perspektif Komunikasi Ritual Pada Komunitas Suporter Sepakbola Manchester City Supporters Club Indonesia (MCSCI)*. (Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya)

Storey, J. (2007). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. Yogyakarta: Jalasutra

Suwarno, E. (2008) *Etnograrfi Komunikasi*. Bandung: Widya Padjajaran

Tucher, A. (2007). *Journal Of Communication Inquiry: Communication, Community, Reality, Ritual, and the "Potato Hole"* Woodson, Edisi 31/4, h. 301-309
SAGE Publication

West, R. & Lynn H.T. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika

Widyowati, Estu. (2014). *Pemaknaan Komunitas Hip Hop di Kota Batu Malang*
(Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya Malang)

Zakiah, K. (2008). *Penelitian Etnografi Komunikasi: Tipe dan Metode*. Mediator,
9(1), 183

