BAB II
PERKEMBANGAN VESPA DAN AKTIVITAS PENGGUNANYA DI KOTA BANDUNG

II.1 KENDARAAN

II.1.1 Definisi

Kendaraan adalah sesuatu yang digunakan untuk dikendarai atau dinaiki, sedangkan kendaraan bermotor ialah kendaraan yang memakai mesin atau peralatan teknik untuk menjalankanya. Berdasarkan UU No.12 tahun 1992 yang dimaksud peralatan teknik dapat berupa motor yang berfungsi untuk mengubah sumber daya energi tertentu menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor. Sedangkan menurut Pasal 1 ayat 8 UU No. 20 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Umum (UULLAJ) Kendaraan bermotor adalah setiap kendaraan yang digerakan oleh peralatan mekanik berupa mesin selain kendaraan yang berjalan diatas rel. Dapat dikatakan kendaraan merupakan sebuah alat yang digunakan sebagai alat bantu gerak, baik di darat, laut dan udara.

II.1.2 Kendaraan bermotor

Jenis kendraaan bermotor menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.44 Tahun 1993 tentang kendaraan yang merupakan turunan dari Undang Undang No.14 Tahun 1992 tentang lalu lintas dan angkutan jalan membagi kendaraan menjadi lima jenis, yaitu :

- Sepeda Motor
- Mobil penumpang
- Mobil bus
- Mobil barang
- Mobil khusus

Vespa merupakan jenis kendaraan bermotor yang memiliki dua roda dengan kapasitas silinder lebihdari 50 cm3 yang di desain dengan kecepatan melebihi 50 km/jam dan termasuk kendaraan bemotor kategori L.

II.2.3 Vespa

Vespa adalah merek scooter asal itali. Vespa didirikan tanggal 23 April 1946 di Florence di bawah perusahaaan induk Piaggio & Co. SpA yang bermarkas di Pontedera Italia. Piaggio merupakan perusahaan pembuat kendaraan roda dua terbesar ke 4 di dunia di tinjau dari sisi penjualan. Perusahaan Piaggio didirikan di Genoa, Italia tahun 1884 oleh Rinaldo Piaggio. Rinaldo memulai bisnisnya dari peralatan kapal. Bisnis Piaggio semakin berkembang dengan memproduksi rel kereta api, gerbong kereta, body truck dan mesin. Pada perang dunia ke I, perusahaan memproduksi pesawat terbang dan kapal laut. Pada perang dunia I dan II, perusahaan pendahulu vespa memfokuskan membuat peswat pembom dan beralih memproduksi kendaraan roda dua setelah menjadi korban perang setelah di bom oleh sekutu. Enrico Piaggi, putra dari Rinaldo Piaggio memutuskan meninggalkan bidang penerbangan dan beralih memproduksi kendaraan roda dua dalam rangka mengatasi kebutuhan mendesak Italia akan sarana transportasi yang modern namun cukup terjangkau oleh rakyat.



Gambar 2.1 Enricco Piaggio

(sumber: https://corbisimage.com//enriccopiaggio.jpg)

II.2 Komunitas

Komunitas adalah merupakan sebuah kelompok. Komunitas terbentuk ketika dua atau tiga orang bahkan lebih berkumpul karena mempunyai keinginan, hoby dan cita-cita yang sama. Sebuah komunitas vespa terbentuk karenamereka sama-sama mencintai vespa.Sebuah kelompok terbagi menurut jumlah anggotanya. Komunitas vespa merupakan kelompok besar yang anggotanya lebih dari 15 orang. Dilihat dari jumlah anggotanya, komunitas vespa merupakan bentuk dari sebuah kelompok yang berkesinambungan. Kelompok berkesinambungan biasanya terdapat dalam kelompok yang cukup besar, kelompok ini sering bersifat tetap (Adam Ibrahim Indrawijaya, 1989, hlm. 99).

Dalam sebuah komunitas, sudah pasti mereka akan menggunakan komunikasi kelompok. Kelompok memiliki tujuan dan aturan- aturan yang dibuat sendiri dan merupakan konstribusi arus informasi di antara mereka sehingga mampu menciptakan atribut kelompok sebagai bentuk.Komunikasi menurut asal katanya berasal dari bahasa latin *communicatio,* yang artinya sama, dalam arti sama makna mengenai suatu hal. Jadi berlangsungnya proses komunikasi ini apabila ada kesamaan mengenai hal-hal yang dikomunikasikan, sehingga dapat menimbulkan hubungan yang komunikatif. Komunikasi dapat berlangsung apabila ada pesan yang akan disampaikan dan umpan balik dari penerimaan pesan saat diterima langsung oleh penyampai pesan.

Komunikasi adalah sebuah proses memaknai. Dalam komunikasi ada tiga unsur yang selalu hadir dalam setiap komunikasi, yaitu sumber informasi (*received*), saluran (media), dan penerima informasi (*audience*). Selain tiga unsur ini, yang terpenting dalam komunikasi adalah aktivitas memaknai informasi yang disampaikan oleh sumber informasi dan pemaknaan yang dibuat oleh *audience* terhadap informasi yang diterimanya itu. Maka sebuah proses komunikasi memiliki dimensi yang sangat luas dalam pemaknaannya, karena dilakukan oleh subjek-subjek yang beragam dan konteks sosial yang majemuk (Bungin, 2009, hlm. 57-58.)

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam satu kelompok kecil seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan

sebagainya. Michael burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah di ketahui, seperti berbagai informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok diatas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susuna rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok (Abu Huraerah dan Purwanto, hlm.34).

Banyak hal yang mempengaruhi kemampuan suatu kelompok untuk terus bertahan dan berkembang. Secara umum hal terpenting yang diperlukan ialah saling pengertian dan kesepahaman terhadap hal-hal tertentu alam kelompok. Untuk menumbuhkan pengertian dan kesepahaman tersebut, keberadaan komunikasi mutlak di butuhkan. Bila komunikasi kelompok tidak efektif, bukan hanya tidak berkembang, kelompok tersebut juga akan hancur.

II.3 Sejarah Masuknya Vespa ke Indonesia

Berdsarkan data sejarah yang ada, Vespa mulai merambah nusantara di predikasi pada tahun 1960an. Vespa Masuk ke Indonesia pada tahun 1960 melalui ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merk) PT.Danmotors Vespa Indonesia di Pulo Gadung Jakarta Selatan yang sekarang sudah tidak aktif lagi dan di pengang oleh PT Sentra Kreasi Niaga sebagai dealer utama (Otomotif, 2001, Hal 7-8). Vespa Congo Menjadi Vespa pertama yang masuk Indonesia dan merupakan sebuah penghargaan dari pemerintah Indonesia kepada pasukan penjaga perdamaian Indonesia di Kongo. Setelah menyelesaikan tugas perdamaian, pasukan menerima tanda penghargaan dari pemerintah republik Indonesia berupa Vespa, dan pemberian vespa tersebut tidak lepas dari tradisi dalam dunia kemiliteran dan hal kepangkatan (Suhuba Hikmah, Vespa Klasik Indonesia, 2011).



Gambar 2.1 Vespa Congo

(sumber: https://2.bp.blogspot.com/-wT4UI27kSa0/Tt0am/vespacongo.jpg)

Menurut beberapa sumber sejarah, Vespa Congo yang mulai terlihat banyak menghiasi jalan nusantara ternyata membuat ketertarikan pada vespa semakin menyeruak sehingga vespa dijadikan sebagai kendaraan roda dua yang dapat menemani aktivitas sehari hari pada saat itu (wawancara dengan Rudy Anggara Guchi, 6 Januari 2015).

Vespa saat itu mempunyai nilai history tertentu yang sangat melekat di masyarakat Indonesia sehingga permintaaan vespa pun semakin meningkat. Pada perkembangannya, hingga saat ini sudah beredar varian vespa yang ada di Indonesia. Varian vespa dari generasi tua sampai muda ada di Indonesia. Ada beberapa hal yang membuat dominasi vespa semakin mengikis, pertama ialah ada anggapan vespa sebagai motor penjual obat, itu diakibatkan oleh salah satu perusahaan farmasi yang menggunakan vespa sebagai kendaraan oprasinalnya (wawancara dengan Rudy Anggara Guchi, 6 January 2015).

Vespa mulai tergeser posisinya berkat adanya motor jepang yang di pandang lebih irit, inovatif, praktis serta berharga murah. Di lihat dari kualitsnya pun warga Indonesia memandang bahwa kualitas Vespa berada di bawah motor jepang. Mereka melihat fenomena nyata itu dengan memeperhatikan keadaan sekitar yang sering mogok dijalanan itu kebanyakan motor vespa (wawancara dengan Rudy Anggara Guchi, 6 January 2015).

Terlepas dari beberapa pendapat miring di atas, namun yang terpenting vespa merupakan kendaraan yang memiliki nilai history tersendiri di Indonesia. Oleh karena itu, komunitas dan club Vespa tetap menghiasi masyarakat kita ini untuk tetap mempertahankan kelestarian kendaraan tersebut. Mungkin sampai kapanpun vespa akan tetap menghiasi dan melekat di hati para penggunanya di Indonesia. Dan seiring dengan revolusi di bidang desain vespa, ternyata revolusi selera pun mengalami perubahan yang signifikan baik di luar negeri maupun di Indonesia.

II.4 Komunitas Vespa

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

Kebersamaan dan interaksi yang baik diantara vespa membuat terjalinnya hubungan baik diantara satu sama lain. Tanpa harus diminta bahkan dipaksa komunitas vespa maupun pencinta vespa telah terbiasa dengan solidaritas. Rasa solidaritas tersebut telah muncul dari setiap individu masing-masing, walaupun tidak semua terikat ke dalam satu komunitas yang sama.

Kecintaan mereka terhadap vespa juga ditunjukan dengan menggunakan vespa kemana pun ia pergi walaupun sering bermasalah di jalan dan menghabiskan banyak biaya untuk merawatnya, mereka masih saja menggunakan vespa tersebut. Mereka terlihat bangga memiliki vespa sehingga muncul semboyan unik “jangan ngaku kaya kalau belum punya vespa”. Disisi lain, faktor intern yang melatar belakangi rasa solidaritas diantara sesama pengguna vespa adalah kesadara nmereka sebagai makhluk sosial, komunitas vespa mengakui keberadaannya sebagai mahkluk yang terlahir hidup dengan bantuan orang lain dan tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain. Oleh karena itu mereka menjunjung tinggi rasa

saling menghormati dan tolong menolong khususnya diantara sesama pengguna vespa. Dalam hal ini, rasa solidaritas antara pengguna vespa semakin terpupuk dengan adanya kesamaan dalam mengendarai vespa.Mereka sama-sama mengetahui bagaimana suka dukanya memiliki vespa sehingga jika melihat pengguna vespa lain yang mengalami kesulitan maka mereka secara spontan akan terpanggil untuk menolongnya.

Scooterist begitulah sebutan dari para penggemar, penggila sepeda vespa bahkan pengendara dari sepeda *nyentrik* ini. Terlihat dari banyaknya *scooterist* yang ada maka di indonesia sepeda motor ini seakanakan sudah menjadi *icon* di berbagai kota. Sehingga dari kegemarannya tersebutlah para *scooterist* mendirikan suatu wadah untuk mengapresiasikan gaya mereka atau yang biasa kita sebut sebagai komunitas.

II.4.1 Opini Masyarakat Tentang Perkembangan Vespa dan Aktivitas Penggunanya

Informan atau narasumber penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi data mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Dalam hal ini, informan merupakan sumber data penelitian yang memberikan informasi dan gambaran mengenai objek yang di teliti (Kuswarno, 2008 : 162).

- Ervin Irhamsyah yang biasa dipanggil Dull ini adalah mahasiswa dan seorang pekerja yang bergerak di bidang fashion. Dull merupakan seorang pengguna Vespa semenjak 2013. Ia tertarik dengan Vespa setelah vespa memunculkan produk matic, yang ia anggap lebih fashionable dan modern. Setelah menggunakan Vespa ia tergabung kedalam suatu komunitas Mods di Kota Bandung dan semenjak saat itu, pengetahuanya seputar Vespa bertambah.
- Muhamad Rofie Muharam yang biasa di panggil DJ ini merupakan mahasiswa yang mengaku tertarik pada Vespa dikarenakan melihat teman temannya mengendarai Vespa klasik. Ia mengaku tertarik melihat vespa klasik karena ia beranggapan, dengan mengendarai Vespa ia merasa menjadi pusat perhatian. Ia sendiri mengaku sulit mencari Informasi seputar Vespa dan lebih memilih bertanya pada teman temannya yang tergabung dalam suatu komunitas.

- Fajar Indra Maliki merupakan seorang pengusaha yang bergerak dalam bidang fashion yang memakai Vespa sebagai kendaraan sehari harinya. Ia beranggapan bahwa Vespa memiliki sejarah yang panjang dan menarik, meskipun informasi yang diketahuinya sedikit.
- Rizal Virgiawan yang biasa dipanggil ibim ini merupakan pemilik bengkel Vespa di daerah Bandung ini menilai Vespa semakin meningkat peminatnya semenjak vespa mengeluarkan produk scooter matic yang kebanyakan di dominasi oleh anak muda. Menurutnya Vespa klasik lebih memiliki nilai lebih, meski teknologi jauh berbeda dengan Vespa modern seperti sekarang ini. Selain membuka bengkel, ia juga menjual aksesoris seputar Vespa, seperti baju, jaket dan hal lain yang berhubungan dengan Vespa. Ia juga beranggapan bahwa informasi seputar Vespa klasik sulit dicari ketimbang vespa matik keluaran terbaru. Ia sendiri mengaku pernah memiliki buku seputar Vespa klasik berbahasa Itali yang ia jual dengan harga tinggi. Perkembangan Vespa di kota Bandung sangatlah tinggi, dilihat dari konsumen yang selalu datang ke bengkel, entah untuk service atau hanya berdiskusi seputar informasi terbaru mengenai Vespa.
- Cevi Nurdiansyah merupakan penggemar otomotif yang mengaku tertarik pada vespa dikarenakan para penggunanya yang ia anggap ramah dan baik. Ramah dan baik yang ia maksud ialah para pengguna vespa memiliki tingkat kepedulian yang tinggi di jalanan.
- Soni Ahmad Fauzi merupakan karyawan swasta yang mengaku tertarik pada pada vespa karena vespa memiliki bentuk yang unik dan beda dari produk sepeda motor yang lain. Ia tertarik pada Vespa semenjak orang tuanya membeli Vespa dan memperbaikinya sehingga kesan klasik muncul kembali.
- Yugha Afdilah yang merupakan seorang pedagang sepatu menilai kendaraan Vespa sebagai sesuatu yang antik. Hal ini dikarenakan Vespa memiliki nilai sejarah yang sangat panjang. Dan menurutnya, Vespa mampu bertahan sampai sekarang karena karena kesan klasiknya dan penggunanya juga berperan penting, dimana menurutnya pengguna Vespa memiliki nilai solidaritas yang tinggi.

- Nugraha Aditya yang merupakan seorang mahasiswa beranggapan bahwa Vespa bisa berkembang dan bertahan sampai sekarang karena mempunyai bentuk yang unik dan penggunanya juga ia anggap sebagai sebuah panutan dalam berkendara.
- Indra Fakhriansyah menyatakan bahwa kendaraan Vespa tidak lekang oleh waktu. Menurutnya bila pengguna Vespa semakin meningkat dan di dominasi oleh anak muda, para pengguna Vespa dan kendaraan Vespanya akan lebih beragam.
- Hafidz Reksa menyatakan bahwa Vespa bukan hanya alat transportasi, tetapi sebagai alat menambah ketampanan penggunanya. Ia mengaku kesulitan mencari Informasi seputar Vespa. Hafidz Reksa yang memiliki kegemaran membaca ini mengaku bahwa buku seputar perkembangan Vespa dan aktivitas penggunnya sulit di dapat, bila ada pun berbahasa asing dan harganya mahal.

II.5 Resume Penelitian

Vespa sebagai salah satu kendaraan yang diminati banyak orang mulai masuk ke Indonesia semenjak tahun 1960 dan mulai semakin banyak penggemarnya akhir akhir ini semenjak vespa mengeluarkan produk barunya yang semakin canggih, vespa sebagai bagian dari sejarah memiliki nilai history yang sangat penting dan menarik untuk diketahui. Selain itu, aktivitas para penggunanya yang memiliki nilai nilai positif dalam bersosialisasi akan memberikan efek positif pada masyarakat. Bandung sebagai salah satu kota yang memiliki penggemar vespa yang tinggi, membuat vespa banyak dipakai dan disukai oleh anak muda di kota Bandung. Namun seiring meningkatnya pengguna vespa di kota Bandung, tidak di ikuti informasi informasi seputar Vespa. Sebuah Informasi mengenai vespa sangat diperlukan agar masyarakat dan para pengguna Vespa lebih mengetahui informasi seputar vespa, terutama vespa klasik yang peminatnya cukup banyak.

2.6 Target Audience

Segmentasi dari target masyarakat yang di tuju dalam perancangan media informasi ini meliputi beberapa factor yang di antaranya adalah sebagai berikut.

- Demografis

  Ditinjau dari segi demografis sasaran perancangan adalah:

  1. Usia dewasa antara 17 – 24 tahun, karena pada usia tersebut adalah masa dimana khalayak mendapatkan pengetahuan dalam kehidupan sehari hari, baik secara formal maupun non formal.
  2. Status pendidikan ialah pelajar sekolah menengah atas dan perguruan tinggi.
  3. Status sosial meliputi pelajar, mahasiswa, wiraswasta dan target yang tergolong berjiwa muda dan produktif.
  4. Status ekonomi meliputi kalangan menengah atas.
  5. Jenis kelamin meliputi laki laki dan perempuan.

- Geografis

  Dari segi geografis target audience yang dituju didasarkan pada media informasi ini yaitu kota Bandung, sehingga dapat menjadi acuan untuk memberikan informasi yang tepat.

- Psikografsi

  Pada masyarakat usia 17 – tahun sampai 26 tahun yang produktif. Psikografis diartikan sebagai segmentasi berdasarkan gaya hidup, tata nilai, kepribadian dan minat yang pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Generasi muda dalam hal ini adalah generasi yang senang mengamati hal hal baru, bereksplorasi, serta memiliki ketertarikan dan gaya hidup yang cenderung bebas serta mencari informasi melalui media, serta menginginkan segalanya mudah dan instan.

Target audience yang dituju ialah remaja akhir. Pada masa ini remaja sudah mantap dan stabil. Remaja sudah mengenal dirinya dan ingin hidup dengan pola hidup yang digariskan sendiri dengan keberanian. Remaja mulai memehami arah hidupnya dan menyadari tujuannya. Remaja sudah mempunyai pendirian tertentu berdasarkan suatu pola jelas yang baru ditemukannya.