BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan penghubung antara seseorang yang satu dengan yang lain, dengan berkomunikasi dan dengan mengkomunikasikan sesuatu yang dirasakan atau pun yang diharuskan diungkapkan, maka seseorang yang jadi penerima atau pun pendengar akan mengetahui apa yang di inginkan oleh si pemberi komunikasi tersebut. Komunikasi yang terjadi antara komunikator dan komunikan juga di dasari oleh rasa saling percaya, saling membutuhkan informasi, dan lain sebagainya. Komunikasi yang terjalin disampaikan melalui bentuk pesan, dapat berupa pesan verbal atau pun pesan non-verbal.

Menurut Everett M. Rogers dan Lawrence (1981: 8) menyatakan bahwa "komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam".

Berbicara tentang komunikasi, peran penting komunikasi sangat diperlukan pada sebuah organisasi. Dengan adanya komunikasi, sebuah organisasi dapat berjalan dengan baik sesuai aturan-aturan yang berlaku dalam organisasi itu sendiri. Komunikasi yang terjalin secara baik dalam sebuah organisasi dapat menambah keharmonisan hubungan antara anggota-anggota dalam sebuah organisasi itu sendiri yang pada akhirnya dapat membangun solidaritas serta keutuhan anggota-anggota yang ada dalam naungan sebuah organisasi tersebut agar terus bertahan

dan memperkokoh organisasinya. Keberhasilan, keutuhan serta jalinan erat antara sesama anggota organisasi didukung penuh oleh sebuah komunikasi, artinya komunikasi sangat berperan penting dalam kemajuan organisasi itu sendiri. “Organisasi adalah sebuah kelompok individu yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan tertentu”. (Wiryanto, 2004 : 52)

Menurut Goldbaher (1979:14) yang dikutip dari buku R.Wayne Pace & Don F. Faules (1993) editor Deddy Mulyana (2006:201) Mendefinisikan Organisasi sebagai “sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung(interdependent)”. Bila sesuatu saling-bergantung, ini berarti bahwa hal-hal tersebut saling mempengaruhi dan saling dipengaruhi satu sama lainnya. Pola dan sifat hubungan organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan yang ditetapkan bagi jabatan tersebut. Ini memberi struktur dan stabilitasi kepada organisasi tersebut.

Komunikasi organisasi menurut Persepsi Redding dan Sanborn (Masmuh, 2010 : 5) adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk bidang ini merupakan :

a. Komunikasi internal

b. Hubungan manusia

c. Hubungan persatuan pengelola

d. Komunikasi *downward* (komunikasi dari atasan kepada bawahan)

e. Komunikasi *upward* (komunikasi dari bawahan kepada atasan)

f. Komunikasi *horizontal* (komunikasi dari orang-orang yang sama tingkatnya dalam organisasi) keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan evaluasi program.

Berdasarkan pengertian-pengertian komunikasi organisasi tersebut, dapat diketahui bahwa komunikasi memiliki peranan penting dalam sebuah organisasi. Komunikasi dapat memelihara keutuhan organisasi, mengembangkan organisasi, serta memberikan aturan – aturan yang harus ditaati dalam sebuah organisasi.

> ”Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan adakalanya juga komunikasi publik. Komunikasi Formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gosip ”. (Mulyana, 2005 : 75).

Definisi fungsional komunikasi organisasi bahwa ”Komunikasi Organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu”.(R.Wayne Pace & Don Faules, 1993 : 31)

Dengan pengertian-pengertian tersebut, disimpulkan bahwa komunikasi organisasi sangat penting dalam pengaplikasian pada kehidupan sehari-hari, terutama pada sebuah komunitas-komunitas yang tentu saja memiliki arus komunikasi berupa penyampaian pesan dari atasan kepada bawahan, dan dari bawahan kepada atasan atas sebuah peraturan-peraturan dalam sebuah orgaisasi yang telah dibuat

dan dijalani serta ditaati. Serta memiliki peranan jaringan komunikasi yang merupakan cakupan dari pola-pola komunikasi.

"Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi". (Wiryanto, 2004:54).

Arus komunikasi dalam organisasi, "Arah arus komunikasi organisasi dapat dilihat secara vertikal, yaitu komunikasi ke atas dan ke bawah, serta komunikasi lateral yang menyamping".(Wiryanto, 2004:62)

Seperti hal tersebut diatas, terdapat arus komunikasi yang terjadi dalam sebuah komunikasi organisasi, antara lain ialah :

Arus komunikasi vertikal yaitu arus komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah (*downward communication*), dan terdapat pula arus komunikasi bawah ke atas (*upward communication*), selain itu arus komunikasi yang terdapat di sini adalah arus komunikasi horizontal, yaitu arus komunikasi yang dapat terjadi antara dan diantara bagian dalam suatu tingkatan yang sama. Serta komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya yang disebut sebagai komunikasi diagonal. Dalam komunikasi diagonal tidak menunjukkan kekakuan seperti halnya dalam komunikasi vertikal, namun tidak juga menunjukkan keakraban seperti pada komunikasi horizontal. Pada sisi lain, komunikasi diagonal terkadang menyimpang dari prosedur birokrasi,

misalnya seorang Anggota komunitas motor mengeluhkan tentang masalah rapat tahunan kepada kepala Komunitas motor di daerah lain.

Pada buku R. Wayne Face & Don F.Faules (1993) terjemahan Deddy Mulyana (2006:176), menjelaskan tentang peranan jaringan-kerja komunikasi yaitu: Sebuah organisasi terdiri dari orang-orang dalam berbagai jabatan. Ketika orang-orang dalam jabatan itu mulai berkomunikasi satu dengan yang yang lainnya, berkembanglah keberaturan dalam kotang dan "Siapa berbicara kepada Siapa". Lokasi setiap individu dalam pola dan jaringan yang terjadi memberi peranan pada orang tersebut. "Peranan jaringan-kerja komunikasi yang dimaksud tersebut memiliki 7(tujuh) peranan jaringan komunikasi (Danowski,1976; Farace, 1980, Monge 7 Russell,1977; Farace, Taylor, & Stewart, 1978; Richards,1974; Roberts & O'reilly,1978; Rogers & Agarwala-Rogers,1976; "

Menurut R.Wayne Face & Don F. Faules (1993) yang diterjemahkan Oleh Deddy Mulyana (2006:174), "Analisis eksperimental pola-pola komunikasi menyatakan bahwa pengaturan tertentu mengenai "siapa berbicara kepada siapa" mempunyai konsekuensi besar dalam berfungsinya organisasi.

Sedangkan Solidaritas dilihat secara Etimologi adalah kesetiakawanan atau kekompakkan. Wacana solidaritas bersifat kemanusiaan dan mengandung nilai adiluhung, tidaklah aneh kalau solidaritas ini merupakan keharusan yang tidak bisa ditawar-tawar lagi.[1]

Selain dari Komunikasi yang diperlukan dalam organisasi, Solidaritas adalah hal tidak dapat terpisahkan dalam sebuah Organisasi komunitas, karena pada dasarnya, "Komunitas merujuk pada sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu".(Mulyana, 2005: 42).

[1] *http://sayyidulayyaam.blogspot.com/2006/11/islam-dan-solidaritas-sosial.html, Internet download, Pada Desember 2011, Pukul 23:30 Wib.*

Organisasi yang dianggap benar-benar baik ialah sebuah organisasi yang sudah diakui keberadaannya oleh masyarakat disekitarnya, dengan alasan-alasan dapat menjadikan masyarakat sebagai objek sumber daya manusia di dalam organisasi dan dapat dijadikan anggota-anggotanya.

Dalam suatu komunitas organisasi, organisasi yang benar-benar baik adalah organisasi yang memiliki anggota-anggota yang baik pula. Untuk memelihara keutuhan organisasi, diperlukan komunikasi yang baik antara sesama pihak pada suatu komunitas organisasi tersebut, hal ini dapat terjalin dengan baik dengan adanya rasa saling membutuhkan, dan ingin mencapai tujuan yang sama, dengan membentuk suatu keinginan-keinginan pada sesama anggota dari organisasi agar dapat terbentuk sebuah solidaritas dalam mempertahankan sebuah komunitas dalam organisasi tersebut.

Sesuai dengan pengertian-pengertian dari komunikasi organisasi, bahwa dalam sebuah organisasi terdapat penyampaian pesan dari atasan kepada bawahan dan dari bawahan kepada atasan, serta terjadi pertukaran arus pesan melalui komunikasi organisasi tersebut yang memiliki pola komunikasi dalam penyampaiannya.

Terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi kemampuan sebuah organisasi untuk tetap bertahan dan berkembang dalam sebuah komunitasnya. Hal terpenting yang dibutuhkan ialah menciptakan rasa saling pengertian kepada hal-hal tertentu dalam sebuah organisasi. Komunikasi sangat diperlukan demi terciptanya rasa saling pengertian tersebut. Apabila komunikasi yang terjadi pada sebuah organisasi

belum efektif, maka akan berakibat organisasi tersebut tidak akan bertahan.

Dengan adanya komunikasi organisasi pada sebuah komunitas tersebut dapat terjalin sebuah rasa saling pengertian dari sesama anggota sehingga dapat menumbuhkan rasa solidaritas yang tinggi pada sesama anggotanya dalam mempertahankan keutuhan komunitas tersebut.

Ada banyak jenis organisasi yang ada di Indonesia atau pun yang ada di dunia, contohnya adalah organisasi sosial, organisasi masyarakat, organisasi kendaraan bermotor (kendaraan roda dua atau pun kendaraan roda empat), organisasi komunitas mobil, organisasi pecinta musik dan organisasi masyarakat, dan lain-lain.

Berdasarkan dari berbagai jenis organisasi tersebut, maka jenis organisasi yang diambil dalam penelitian ini ialah organisasi kendaraan beroda dua, karena pada dasarnya organisasi tersebut memiliki rasa ketertarikan yang sama dalam suatu hal.

Dan salah satu organisasi kendaraan beroda dua yang dapat terus bertahan dan mengembangkan organisasinya agar tetap dikenal sampai sekarang adalah Oganisasi kendaraan roda dua “KNC” (Kawasaki Ninja Club). Oleh karena itu, peneliti memilih komunitas motor “KNC” (Kawasaki Ninja Club) sebagai objek penelitian.

Komunitas Motor “KNC” (Kawasaki Ninja Club) merupakan sebuah organisasi yang awal berdiri pada tahun 1997 dengan nama “BKNC” (Bandung Kawasaki Ninja Club). Latar belakang berdirinya komunitas

"BKNC" (Bandung Kawasaki Ninja Club) ini adalah ketika beberapa orang pengendara motor roda dua dengan jenis motor Kawasaki Ninja ini yang memiliki kesukaan (*hobby*) yang sama yaitu *freestyle* di atas motor melakukan *touring* ke pantai pangandaran dan ketika itu muncul sebuah ide untuk membentuk sebuah komunitas motor pecinta *freestyle* dengan jenis motor Kawasaki Ninja, sehingga dibentuklah komunitas tersebut dengan nama "BKNC" (Bandung Kawasaki Ninja Club).

Dengan adanya alasan untuk lebih mengikat rasa persaudaraan antara sesama pecinta *freestyle* di atas motor dengan jenis motor Kawasaki Ninja tersebut, maka pada tahun 2003 nama "BKNC" (Bandung Kawasaki Ninja Club) dengan 30 anggota aktif melakukan *touring* ke pantai Pangandaran untuk merumuskan tentang perubahan nama, maka berubahlah nama "BKNC" (Bandung Kawasaki Ninja Club) menjadi "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Bandung. Seiring perubahan nama BKNC menjadi KNC Bandung tersebut, tujuan-tujuan organisasi yang merupakan hasil dari kesepahaman dan saling pengertian bersama agar tercapai tujuan organisasi, maka dibuatlah Visi dan Misi dari KNC Bandung tersebut, antara lain seperti pada penjelasan di bawah ini.

Adapun Visi dan Misi[2] "KNC"(Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung adalah

- Visi

1. Meningkatkan rasa persaudaraan di lingkungan masyarakat pecinta otomotif
2. Meningkatkan kesadaran berkendaraan yang baik dan benar
3. Sosialisasi sepeda motor KAWASAKI kepada masyarakat luas
4. Menciptakan image yang baik tentang club

5. Menjadikan KNC bandung menjadi panutan dan barometer club otomotif pada umumnya dan club Ninja se Indonesia pada khusunya
6. Menjauhkan Anggota KNC Bandung dari NARKOBA
7. Lebih mendekatkan diri kepada masyarakat melalui kegiatan sosial
8. Turut serta secara aktif dalam menciptakan suasana kondusif kota Bandung
9. Menjadi sarana penyalur hobi berkendara motor Ninja bagi seluruh anggotanya
10. Mendapatkan pengakuan sebagai club resmi penyalur hobi dari pihak yang berwajib (Kepolisian RI) dan wadah otomotif di Indonesia

- Misi

1. Mengorganisir pecinta motor Kawasaki Ninja
2. Membantu aparat kepolisian dalam ketertiban berlalu lintas
3. Mewadahi pam anggota KNC Bandung dalam menyalurkan hobi berkendara
4. Solid dalam berorganisasi.

Setelah terbentuknya "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Bandung, komunitas motor pecinta Ninja ini pun mulai menunjukkan "taringnya" di ranah otomotif yang pada khususnya komunitas motor di tanah air. Komunitas Motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Bandung merupakan pelopor *freestyle* motor Indonesia dengan segudang prestasi di bidang *freestyle* motor.

Komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Bandung juga merupakan pelopor bedirinya komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) di Indonesia yang sampai saat ini sudah hampir seluruh wilayah Indonesia menggunakan nama "KNC" sebagai komunitas motor pecinta Ninja.

2. http://www.knc-bandung.com/online/tentang.html,Internet download,Selasa 13-12-2011,Pukul 12:05 Wib

Selain prestasi di bidang *freestyle*, "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Bandung juga selalu aktif dalam kegiatan-kegiatan otomotif lainnya, misalnya *touring* jelajah ¼ Negeri yang diwakili oleh beberapa pengurus "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Bandung beserta beberapa anggotanya. Tidak hanya kegiatan *freestyle* motor yang dilakukan, namun kegiatan – kegiatan seperti bakti sosial, buka puasa bersama anak yatim, sahur *on the road* juga sering dilakukan.

Selain itu, pada Oktober 2011 yang lalu, komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Bandung bekerja sama dengan "KNC" Indonesia telah memecahkan rekor MURI[3] dalam rangka hari ulang tahun "KNC" wilayah Subang yang ke-2 dengan menghadirkan 750 motor anggota komunitas motor "KNC" se-Indonesia yang berkumpul di Sari Ater Hot Spring, Spa & Resort Subang.

Adanya prestasi-prestasi dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan tersebut merupakan salah satu tujuan dari individu-individu dalam organisasi untuk memajukan dan mencapai tujuan bersama dengan membuktikan kesolidannya terhadap komunitas KNC Bandung tersebut.

Para anggota dari komunitas motor "KNC" Bandung itu sendiri, sudah mencapai angka banyak dalam penerimaan anggota baru setiap

---

[3] *http://www.knc-bandung.com/online/readnews-237-knc-subang-pecahkan-rekor-muri.html, Internet Download, Pada 6 November 2011, Pukul 01:45 Wi*

tahunnya. Namun banyaknya anggota tersebut tidak akan melupakan para pengurus “KNC” Bandung untuk meyaring kembali para anggota yang benar-benar loyal dan menunjukkan solidaritasnya untuk bergabung. Dari sekian banyak anggota dari komunitas motor “KNC” wilayah Bandung, setelah melalui proses filterisasi, terdapat lebih dari 200 Anggota Aktif yang tercatat pada pemutihan anggota pada tahun 2011 ini. Jumlah anggota yang mencapai 200 tersebut membuat peneliti berfikir bahwa Solidaritas di dalam organisasi komunitas motor “KNC” Bandung tersebut terjalin dengan erat dan penuh kesepahaman sehingga dapat terus bertahan.

Sebagai organisasi pelopor Club Ninja Indonesia, tentu saja para Dewan Pengurus KNC Bandung memiliki pola komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan dalam sebuah organisasi tersebut.

Seiring dengan bertambah banyaknya anggota-anggota komunitas motor “KNC” (Kawasaki Ninja Club) Bandung, Komunikasi yang efektif dalam organisasi komunitas motor ini tentu saja menjadi hal mutlak diperlukan. Komunikasi tersebut memerlukan berbagai macam arus komunikasi dalam melakukan komunikasi baik antara pengurus dan anggota-anggotanya, komunikasi yang dilakukan tersebut dapat mencakup lingkup wilayah Bandung dan keluar dari wilayah Bandung.

Namun dengan semakin bertambahnya anggota-anggota, “KNC” (Kawasaki Ninja Club) Bandung justru semakin kuat bertahan dan menunjukkan prestasi-prestasinya yang tentu saja merupakan partisipasi penuh dari anggota-anggota yang memiliki rasa pengertian dan

kesepahaman yang sama dengan rasa solidaritas tinggi untuk mempertahankan dan memajukan "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Bandung tersebut. Hal itu berarti dapat dikatakan komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Bandung dapat mengelola komunikasi organisasi dengan baik.

Pengemasan pesan yang efektif dalam cakupan arus komunikasi yang disampaikan dengan jaringan komunikasi dalam pola-pola komunikasi yang diterapkan, maka komunikasi di dalam organisasi tersebut pun dapat dilakukan secara menyeluruh. Misalnya saja pada pengemasan pesan yang dapat disampaikan kepada masing-masing individu baik pengurus atau pun anggota, melalui agenda rapat bulanan yang merupakan komunikasi formal serta agenda pertemuan rutin yang disebut dengan "kopi darat" yang dapat menjadi salah satu cara untuk menyampaikan pesan-pesan informal.

Agar mendapatkan komunikasi yang efektif dalam organisasi tersebut, dibuatlah struktur organisasi KNC Bandung dengan tujuan agar penyampaian pesan yang dilakukan baik dari atasan kepada bawahan atau pun sebaliknya dapat disampaikan dan diterima secara menyeluruh. Peran serta pengurus dan anggota dalam proses penyampaian berupa arus pesan tersebut sangat diperlukan dalam sebuah jaringan komunikasi organisasi, tentu saja dengan menggunakan pola-pola komunikasi organisasi agar dapat tercapai tujuan organisasi yang salah satunya adalah menjalin rasa solidaritas pada sesama anggota organisasi yang ada pada komunitas motor KNC tersebut.

Penjelasan tersebut berusaha mendeskripsikan sesuai dengan fakta yang peneliti lihat tentang perkembangan komunitas motor "KNC"(Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dalam menalin solidaritas sesama anggotanya, hal itu tentu saja didukung oleh pola komunikasi organisasi. Namun, penejelasan tersebut hanya sanggup memperoleh Fakta yang terlihat dari sisi peneliti saja, belum yang sebenarnya yang ada pada komunitas "KNC" tersebut.

Hal inilah yang memunculkan pertanyaan untuk diteliti lebih mendalam tentang bagaimana sebenarnya Pola Komunikasi Organisasi yang terjadi pada organisasi "KNC" Bandung itu dalam menjalin solidaritas orang-orang yang terlibat secara langsung sehingga mampu menjadikan organisasi tersebut tetap bertahan dan komunitas "KNC" Bandung tetap eksis di ranah otomotif Indonesia dan Internasional.

Untuk itulah, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi tentang pola yang ada di dalam komunikasi organisasi komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Bandung.

Dari latar belakang tersebut di atas, peneliti dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

"Bagaimana Pola Komunikasi Organisasi komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Wilayah Bandung dalam membangun solidaritas anggotanya".

1.2 Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan masalah yang diteliti, identifikasi masalah pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana Arus pesan komunikasi organisasi komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dalam membangun solidaritas anggotanya?
2. Bagaimana Jaringan Komunikasi Organisasi komunitas motor "KNC"(Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dalam membangun solidaritas anggotanya?
3. Bagaimana Pola komunikasi organisasi komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dalam membangun solidaritas anggotanya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengkaji secara lebih dalam tentang Pola Komunikasi Organisasi komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dalam membangun solidaritas anggotanya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Arus Pesan komunikasi organisasi komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) Wilayah Bandung.
2. Untuk mengetahui Jaringan komunikasi organisasi komunitas motor "KNC"(Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung.
3. Untuk mengetahui Pola Komunikasi Organisasi komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung.
4. Untuk mengetahui Solidaritas pada organisasi komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Sebagai pengembangan Ilmu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai bidang kajian Komunikasi Organisasi tentang Arus Pesan, Jaringan Komunikasi, dan Pola Komunikasi
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dengan kajian yang sama, sehingga dapat menunjang perkembangan dalam bidang

Ilmu Komunikasi serta dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya memahami Pola Komunikasi pada sebuah Organisasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti di bidang komunikasi serta melatih kemampuan berfikir secara deskriptif, juga sebagai proses belajar untuk dapat menerapkan pengalaman dan pengetahuan yang diterima selama perkuliahan. Serta dengan tujuan untuk mempertajam daya nalar seorang ahli Komunikasi terutama di bidang Komunikasi Organisasi.
2. Penelitian diharapkan bermanfaat bagi Komunitas Motor "KNC"(Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung, baik dalam hal masukan-masukan, saran dan baik bagi "KNC" agar ntetap terjaga nama baiknya pada kalangan masyarakat luas atau pun komunitas motor itu sendiri.
3. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat mewakili setiap orang yang ada di dalam lingkup organisasi, baik itu organisasi di masyarakat, di dalam dunia kerja atau pun dunia kampus, agar dapat memahami dan mempelajari bahwa komunikasi berperan penting dalam organisasi.

1.1 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk mengetahui bagaimana Pola Komunikasi Organisasi komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dalam membangun solidaritas anggotanya.

"Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi". (Wiryanto, 2004 :54).

"Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gossip". (Mulyana, 2005: 75).

Menurut R.Wayne Face & Don F. Faules (1993) Oleh Deddy Mulyana (2006:174), "Analisis eksperimental pola-pola komunikasi menyatakan bahwa pengaturan tertentu mengenai "siapa berbicara kepada siapa" mempunyai konsekuensi besar dalam berfungsinya organisasi.

Pola roda adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Orang dalam posisi sentral menerima kontak dan informasi yang disediakan oleh anggota organisasi lainnya dan memecahkan masalah dengan saran dan persetujuan anggota lainnya.

Pola lingkaran memungkinkan semua anggota berkomunikasi satu dengan yang lainnya hanya melalui sejenis sistem pengulangan pesan. Tidak seorang anggotapun yang dapat berhubungan langsung dengan semua anggota lainnya, demikian pula tidak ada anggota yag memiliki akses langsung terhadap seluruh informasi yang diperlukan untuk memecahkan persoalan. Pola lingkaran meliputi kombinasi orang-orang penyampai pesan cenderung lebih baik daripada pola roda yang mencakup aliran komunikasi yang amat terpusat dalam keseluruhan aksesibilitas anggota antara yang satu dengan yang lainnya, moral atau kepuasan terhadap prosesnya, jumlah pesan yang dikirimkan, dan

kemampuan beradaptasi dengan perubahan-perubahan dalam tugas; di pihak lain, pola roda memungkinkan pengawasan yang lebih baik atas aliran pesan, kemunculan seorang pemimpin bisa lebih cepat dan organisasi lebih stabil, menunjukkan kecermatan tinggi dalam pemecahan masalah, cepat dalm memecahkan masalah, tetapi terlihat cenderung mengalami kelebihan beban pesan dan pekerjaan.

Arus komunikasi dalam organisasi (Wiryanto, 2004:62), "Arah arus komunikasi organisasi dapat diihat secara vertikal, yaitu komunikasi ke atas dan ke bawah, serta komunikasi lateral yang menyamping".

a. Komunikasi ke Atas

Komunikasi ke atas merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi, misalnya, dari pelaksana ke manajernya. Jenis komunikasi ini mencakup, antara lain:

1). Kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan, yang berarti bahwa apa yang sedang terjadi dalam pekerjaan, seberapa jauh pencapaiannya, apa yang masih harus dilakukan, dan masalah lain yang serupa.

2). Masalah yang berkaitan dengan pekerjaan dan pertanyaan yang belum terjawab

3). Berbagai gagasan untuk perubahan dan saran-saran perbaikan

4). Perasaan yang berkaitan dengan pekerjaan mengenai organisasi, pekerjaan itu sendiri, pekerjaan lainnya, dan masalah lain yang serupa.

b. Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ke bawah merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah.

Sebagai contoh, pesan yang dikirim oleh manajer kepada karyawannya adalah komunikasi ke bawah. " Harap diketik surat ini rangkap dua." Atau "Kirim barang ini segera," dan sebagainya.

c. Komunikasi Lateral (Horizontal)

Komunikasi lateral adalah pesan antara sesama, yakni dari manajer ke manajer, karyawan ke karyawan. Pesan semacam ini bisa bergerak di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antarbagian. Komunikasi lateral ini memperlancar

pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan pekerja.

Pada buku R.Wayne Face & Don F.Faules (1993) terjemahan Deddy Mulyana (2006:176), menjelaskan tentang peranan Jaringan-kerja Komunikasi yaitu: Sebuah organisasi terdiri dari orang-orang dalam berbagai jabatan. Ketika orang-orang dalam jabatan itu mulai berkomunikasi satu dengan yang yang lainnya, berkembanglah keberaturan dalam kontak dan "Siapa berbicara kepada Siapa". Lokasi setiap individu dalam pola dan jaringan yang terjadi memberi peranan pada orang tersebut. "Peranan jaringan-kerja komunikasi yang dimaksud tersebut memiliki 7(tujuh) peranan jaringan komunikasi (Danowski,1976; Farace, 1980, Monge 7 Russell,1977; Farace, Taylor, & Stewart, 1978; Richards,1974; Roberts & O'reilly,1978; Rogers & Agarwala-Rogers,1976; "

1. Anggota Klik. Klik adalah sekelompok individu yang paling sedikit separuh dari kontaknya merupakan hubungan dengan anggota-anggota lainnya.
2. Penyendiri. Penyendiri adalah mereka yang hanya melakukan sedikit atau sama sekali tidak mengadakan kontak dengan anggota kelompok yang lainnya.
3. Jembatan. Jembatan adalah seorang anggota klik yang memiliki sejumlah kontak yang menonjol dalam kontak antarkelompok, juga menjalin kontak dengan anggota klik lain.
4. Penghubung. Penghubung adalah orang yang mengaitkan atau menghubungkan dua klik atau lebih tetapi ia *bukan* anggota salah satu kelompok yang dihubungkan tersebut.
5. Penjaga gawang. Menjaga gawang, menurut Katz dan Lazarsfeld(1955), berarti "mengendalikan satu bagian strategis dari suatu saluran…agar memiliki kekuatan untuk memutuskan apakah sesuatu yang mengalir melintasi saluran akan sampai kepada kelompok tersebut atau tidak"(hlm.119). Dalam suatu jaringan komunikasi organsisasi, *penjaga gawang* (*gate keeper*) adalah orang yang secara strategis ditempatkan dalam jaringan agar dapat melakukan pengendalian atas pesan apa yang akan disebarkan melalui sistem tersebut.
6. Pemimpin pendapat. Berlawanan dengan pemimpin resmi yang memiliki otoritas dalam organisasi berdasarkan jabatan yang mereka pegang, pemimpin pendapat (*opinion leader*) adalah orang yanpa jabatan formal dalam semua sistem sosial, yang membimbing pendapat dan mempengaruhi orang-orang dalam keputusan mereka.

7. Kosmopolit. Manusia kosmopolit adalah orang yang menjadi milik seluruh dunia atau orang yang bebas dari gagasan, prasangka, atau kecintaan lokal, daerah atau nasional. Seorang kosmopolit adalah individu yang melakukan kontak dengan dunia luar, dengan individu-individu di luar organisasi.

Setiap peranan memainkan suatu bagian khusus dalam jaringan komunikasi. Anggota klik adalah jantung sistem dan bertindak sebagai tujuan akhir bagi kebanyakan pesan. Penyendiri memberi tantangan pada sistem dan menciptakan derajat ketidakpastian pada keefektifan program penyebaran pesan. Jembatan merupakan pemroses sentral informasi yang menyediakan hubungan langsung di antara klik-klik yang berlainan. Penghubung mengintegrasikan dan menjadi penghubung-antarklik. Penjaga gawang mengendalikan perpindahan pesan-pesan dan kontak-kontak dengan tujuan meminimalkan kelebihan beban dan meningkatkan perubahan sikap dan membantu dalam pengambilan keputusan informal. Kosmopolit menghubungkan organisasi dengan orang-orang dan gagasan-gagasan dalam lingkungan yang lebih besar.

Selain dari Komunikasi yang diperlukan dalam organisasi, Solidaritas adalah hal tidak dapat terpisahkan dalam sebuah Organisasi komunitas, karena pada dasarnya, "Komunitas merujuk pada sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu".(Mulyana, 2005: 42).

Organisasi yang dianggap benar-benar baik ialah sebuah organisasi yang sudah diakui keberadaannya oleh masyarakat disekitarnya, dengan alasan – alasan dapat memberikan masyarakat sebagai objek dari sumber daya manusianya yang dapat dijadikan anggota-anggotanya..

1.5.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti lebih dalam bagaimana pola komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dalam membangun solidaritas anggotanya. Sebagai sebuah organisasi komunitas motor yang dibentuk atas dasar kesamaan hobi terhadap *freestyle* di atas motor Ninja, "KNC" Bandung berkembang menjadi organisasi yang dikenal luas seantero Indonesia dan menjadi pelopor *Fresstyle* di Indonesia, lalu pada tahun 2011 ini, "KNC" sudah berhasil mendapatkan rekor MURI dalam rangka ulang tahun yang kedua "KNC" Subang dengan menghadirkan 750 motor Kawasaki Ninja semua tipe.

Karena merupakan sebuah sistem secara sosial, di dalam sebuah organisasi tentu saja berhubungan dengan berbagai aspek. Aspek yang dilihat peneliti tentang Pola komunikasi yang mencakup adanya Solidaritas dalam memajukan dan mempertahankan Komunitas motor "KNC" tersebut ialah komunikasi organisasi. Adanya hubungan antara komunikasi dengan organisasi adalah pada peninjauan terhadap masing-masing individu yang terkait dalam organisasi komunitas motor "KNC" itu tersebut dengan tujuan yang sama dalam organisasi.

Menurut peneliti, demi tercapainya sebuah tujuan di dalam organisasi, tentu saja dibutuhkan rasa pengertian dan pemahaman yang harus disepakati secara bersama oleh masing-masing individu yang terkait dalam organisasi tersebut. Keberadaan komunikasi sangat penting dan sangat dibutuhkan, pada intinya organisasi terdiri dari

komunikasi. Karena organisasi terdiri dari sejumlah orang yang ada dengan keadaan yang saling bergantung satu sama lainnya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Penelitian dengan Arus pesan, Peranan jaringan kerja komunikasi, dan Pola komunikasi organanisasi dengan tujuan agar dapat memperjelas penelitian dan dapat menemukan fokusnya yaitu tentang bagaimana organisasi komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung membangun solidaritas anggotanya.

Dengan proses sebelum melakukan riset ke lapangan, peneliti menggunakan pola komunikasi tersebut dengan pola yang didapatkan dari jaringan komunikasi pada komunitas tersebut.

Terdapat banyak data dan informasi yang di dapat peneliti dari lapangan, untuk itu peneliti memfokuskan penelitian tentang pola komunikasi organisasi pada komunitas motor "KNC" tersebut yang berupa Arus pesan, Jaringan komunikasi, serta Pola komunikasi. Dengan pembahasan tentang aktifitas komunikasi organisasi yang ada pada komunitas tersebut, mengenai pola dan jaringan kerja komunikasi yang akan memberikan peranan pada anggota-anggota sesuai kedudukannya.

Oleh karena itu, peneliti menggunakan pendapat tentang teori jaringan. Dimana pada pendapat tentang teori jaringan ini yaitu tentang bagaimana pola komunikasi organisasi komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dalam membangun solidaritas anggotanya tentu saja satu sama lain saling bergantung, saling

mempengaruhi dan saling dipengaruhi satu dan lainnya. Pola dan sifat hubungan organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan yang ditetapkan bagi jabatan tersebut. Ini memberi struktur dan stabilitas kepada organisasi tersebut.

Pola komunikasi di komunitas motor "KNC"(Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung mencakup suatu sistem tertentu mengenai "siapa berbicara kepada siapa", hal ini tentu saja mempunyai konsekuensi besar dalam fungsi organisasi. Sehingga pada setiap individu dalam pola dan jaringan yang terjadi pada komunitas motor "KNC"(Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung tersebut dapat memberi peranan pada orang tersebut. Misalnya saja salah satu Dewan Penasehat "KNC" Bandung melakukan komunikasi dengan anggota "KNC" yang lainnya, tetapi jabatan mereka berbeda, di sini terjadi teori tentang jaringan.

Pola komunikasi dalam sebuah organisasi dapat tergambarkan melalui jaringan komunikasi. Dengan berkomunikasi, maka dalam sebuah jaringan organisasi dapat terlihat pola komunikasi yang berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Penyampaian pesan dalam organisasi keseluruh bagian organisasi tersebut sangat diperlukan sebuah arus komunikasi yang menggambarkan bagaimana masing-masng jabatan berkomunikasi.

Komunitas motor "KNC"(Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung menjalankan komunikasi yang sesuai dengan tujuan komunitas tersebut, yaitu selalu membangun solidaritas anggotanya agar tetap menunjukkan semangat dan kekompakkan serta kesolidan yang loyal dan positif

penuh rasa kekeluargaan dan persaudaraan tentu saja dengan tetap menjaga komunikasi yang efektif.

1.6 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Arus Pesan Komunikasi Organisasi Komunitas motor "KNC" (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dalam membangun solidaritas anggotanya?
   a. Bagaimana komunikasi kebawah (*Downward*) yang dilakukan KNC Bandung?
   b. Bagaimana komunikasi ke atas (*Upward*) yang dilakukan KNC Bandung?
   c. Bagaimana komunikasi *Horizontal* yang dilakukan KNC Bandung?
2. Bagaimana Peranan Jaringan Komunikasi Organisasi Komunitas motor "KNC"(Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dalam membangun solidaritas anggotanya?
   a. Bagaimana komunikasi yang terjadi antara masing-masing divisi (penyampaian informasi dan pemberitahuan misalnya agenda rapat, dll)
   b. Seperti apa cara komunikasi dari Ketua divisi dalam menyebarkan informasi kepada anggota lain?
   c. Adakah batasan-batasan komunikasi antara Ketua&Wakil Ketua Komunitas motor KNC Bandung dengan para anggotanya?

d. Seperti apa komunikasi antara anggota baru dan anggota lama?

3. Bagaimana Pola Komunikasi Organisasi Komunitas motor "KNC"(Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dalam membangun solidaritas anggotanya?
   a. Melalui cara seperti apa Komunikasi anggota-anggota dalam memberikan informasi / masukan / saran kepada Ketua / Wakil Ketua / Dewan Pengurus?
   b. Bagaimana komunikasi informal yang terjadi di KNC Bandung?
   c. Bagaimana komunikasi formal yang terjadi di KNC Bandung?
   d. Bagaimana komunikasi yang terjalin antara anggota-anggota di KNC Bandung?
   e. Bagaimana menjalin komunikasi yang efektif dan penuh persaudaraan agar tercipta rasa solidaritas sesama anggota dalam organisasi komunitasKNC Bandung?
   f. Bagaimana kedekatan Pengurus KNC Bandung dengan anggota-anggota lain?
   g. Adakah perbedaan cara interaksi anggota KNC Bandung apabila ada non anggota/belum anggota dengan Pengurus & anggota lama dalam suatu event atau acara?

1.7 Subjek dan Informan Penelitian

1.7.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan orang atau benda atau dapat juga lembaga (dalam hal ini adalah organisasi komunitas motor), yang menjadi subjek penelitian tentu saja yang memiliki hal – hal yang bersangkutan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, penulis menetapkan Ketua, Pengurus dan para Anggota komunitas motor 'KNC' (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung.

1.7.2 Informan Penelitian

Informan adalah bagian dari karakteristik subjek yang dianggap dapat mewakili subjek penelitian. Peneliti menetapkan untuk memilih langsung informan yang akan dijadikan subjek dan informan penelitian, cara ini dikenal juga sebagai cara *purposive sampling*

Penulis memulai penelitian dengan menghubungai website yang ada dan dengan bertemu langsung dengan wakil ketua dari komunitas motor 'KNC' (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung itu sendiri. Data Informan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Key Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Yopie Prisye	Dewan Pendiri	Dewan
2.	Rian Saputra Pura	Ketua Umum	Pengurus Inti
3.	Marsell S Ersada	Wakil Ketua Umum	Pengurus Inti
4.	Taufik D.D.Syahbani	Bendahara	Pengurus Inti

(Sumber : Data Peneliti, November 2011)

Table 1.2
Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Hannie S. Cinta	Anggota	Anggota Baru
2.	Hadi P. Fauzi	Anggota	Anggota Baru

(Sumber : Data Peneliti, November 2011)

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif Dekriptif. Penelitian Kualitatif adalah Prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang diamati. (Bogdan dan Taylor, 1975: 5). Sedangkan Penelitian Deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya (Best,1982:119)

Untuk itulah penelitian ini dilakukan dengan Kualitatif Deskriptif dengan berusaha mendeskripsikan, menggambarkan objek penelitian dengan fakta yang ada di lapangan dan juga dengan melakukan wawancara langsung dengan informan serta dengan berkunjung ke situs – situs bersangkutan. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah Komunitas Motor ‘KNC’ (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung.

1.9 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang penting dan banyak dilakukan dalam pengembangan sistem informasi. Wawancara yang dilakukan penulis adalah wawancara secara langsung maupun melalu pesan singkat dan BBM kepada informan penelitian yang juga bertindak sebagai pengurus dalam komunitas motor ’KNC’ (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung.

Wawancara untuk mengumpulkan informasi adalah suatu percakapan langsung dengan tujuan tertentu dengan menggunakan format tanya jawab.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung para pembuat keputusan berikut lingkungan fisiknya dan atau pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang berjalan.

Observasi membantu mengawali, menegaskan atau menolak serta melihat kembali tentang apa saja yang telah ditemukan lewat wawancara, kuesioner[4].

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka diperlukan dalam studi pendahuluan sebelum proses merancang dilakukan[5] :

---

[4] *http://webcache.googleusercontent.com/Observasi+adalah,KPA Deddy, Program Studi Manajemen Informatika, Internet Download,Pada 09 Juni 2010 Pukul 03:15 Wib*

[5] *http://www.google.co.id/#q=studi+pustaka+ialah, Internet Download , Pada 09 Juni 2010, Pukul 03:53 Wib*

a. Membaca literatur seperti buku standar, karya ilmiah,

b. Membuat kompilasi dan klasifikasi data.

4. Internet Searching

Internet *searching* berarti pencarian suatu situs yang belum di ketahui secara pasti alamat yang dimiliki. Dalam melakukan searching biasanya kita gunakan search engine sebagai mesin pembantu dalam pencarian situs tersebut[6].

5. Dokumentasi

Menurut Kamus umum bahasa Indonesia, arti dari kata "dokumentasi", adalah sesuatu yang tertulis, tercetak atau terekam yang dapat dipakai sebagai bukti atau keterangan. Adapun definisi dokumentasi adalah pemberian atau pengumpulan bukti-bukti dan keterangan.

1.10 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan ialah analisa deskriptif secara Observasi, Wawancara, *Internet searching* dan lain sebagainya, sehingga memudahkan peneliti dalam meneliti dan mendeskripsikan permasalahan dan pengalaman yang diteliti dari diri sendiri dan orang sekitar.

Penarikan kesimpulan yang dilakukan dalam penelitian Kualitatif adalah dengan menguatkan kepada logika. Logika yang dilakukan,

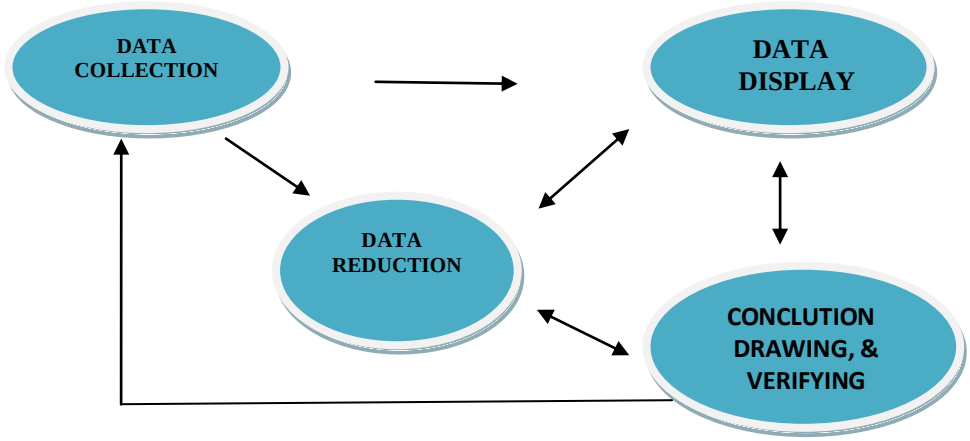
---

[6] *http://the-cpu.blogspot.com/2009/08/pengertian-searching.html,Internet Download, 09 Juni 2010, Pukul 03:58 Wib*

dalam penarikan kesimpulan penelitian kualitatif bersifat induktif (khusus ke umum), seperti yang dikemukakan oleh Bungin dalam Zakiah, 2011: 31):

”Dalam penelitian kualitatif digunakan logika *induktif abstraktif*. Suatu logika yang bertitik tolak dari ”khusus ke umum”; bukan dari ”umum ke khusus” sebagaimana dalam logika *deduktif verifikatif*. Karenanya, antara kegiatan pengumpulan data dan analisis data menjadi tak mungkin dipisahkan satu sama lain. Keduanya berlangsung secara simultan atau berlangsung serempak. Prosesnya berbentuk siklus, bukan linier. Huberman dan Miles melukiskan siklusnya seperti terlihat pada gambar berikut ini: ”

Gambar 1.1
Komponen-Komponen Analisa Data Model Kualitatif



(Sumber: Bungin dalam Zakiah, 2011: 31)

Perolehan data dilapangan kemudian dianalisis dengan cara sebagai berikut:

1. Reduksi Data **(** *Data reduction)* : Kategorisasi dan mereduksi data, yaitu melakukan pengumpulan terhadap informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, selanjutnya data dikelompokkan sesuai topik masalah.

2. Pengumpulan Data **(** *Data collection)*: Data yang dikelompokkan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi-narasi, sehingga berbentuk rangkaian informasi yang bermakna sesuai dengan masalah penelitian.
3. Penyajian Data (*Data Display*): Melakukan interpretasi data, ialah menginterpretasikan apa yang telah diinterpretasikan informan terhadap masalah yang diteliti tersebut.
4. Penarikan Kesimpulan **(***Conclusion Drawing/verification*) ialah pengambilan keputusan berdasarkan susunan narasi yang telah disusun pada tahap ketiga, sehingga akan dapat memberikan jawaban pada penelitian.
5. Evaluasi: Melakukan verifikasi hasil analisis data dengan informan, yang didasarkan pada kesimpulan tahap keempat. Tahap ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan interpretasi dari hasil wawancara dengan sejumlah informan yang dapat mengaburkan makna persoalan sebenarnya dari fokus penelitian.

1.11 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.11.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan Penelitian dengan tekhnik Wawancara pada Komunitas Motor ‘KNC’ (Kawasaki Ninja Club) wilayah Bandung dengan alamat di Jl. Malabar No.2 Bandung dan di rumah Wakil Ketua yang berlokasi di Cimahi, serta di tempat

‘kopdar’ yaitu Circle Key Wastu Kencana tepatnya di seberang Hotel Novotel Bandung pada malam minggu.

1.11.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan penulis selama dalam kurun waktu yang kurang lebih 4.5 bulan, yaitu dimulai dari bulan Oktober 2011 sampai dengan pertengahan bulan Februari 2012. Seperti pada tabel berikut: